تحليل المحتوى في بحوث الإعلام

دكتور
محمد عبد الحميد
أستاذ الإعلام المساعد
جامعة الملك عبد العزيز بجدة



بسم الله الرحمن الرحيم

" ن والقلم وما يسطرون "

صدق الله العظيم

دكتور
محمد عبد الحميد

تحليل المحتوى
في
بحوث الإعلام

الطبعة الأولى
١٤٠٤هـ - ١٩٨٣م



للنشر والتوزيع والطباعة
تليفون: الادارة: ٦٣١٠٠٣٢ (٠٢) المكتبة: ٦٤٢٦٦١٠ (٠٢)
برقياً: مشكاتنا - تلكس SHORCO SJ ٤٠١٢٠٩
ص.ب. ٤١٤٦ - جدة - المملكة العربية السعودية

مقدّمة

على الرغم من الاهتمام المتصاعد باستخدامات **تحليل المحتوى - تحليل المضمون - Content Analysis** وتطبيقاته في بحوث الاعلام، الا أن هذه الاستخدامات اقترنت بالعديد من الاعتراضات على أهمية المنهج في الوصول الى نتائج وتفسيرات تثري العلم والمعرفة في المجالات الاعلامية المختلفة.

فالاستخدام الكمي الذي يميز هذا المنهج، ويلاحق الاتجاه نحو الدراسات الكمية في العلوم المتقدمة أصبح يجد حماساً بين الباحثين لدراسة الرموز الظاهرة في محتوى الاعلام، دون النظر الى دلالاته وعلاقاته الارتباطية بعناصر العملية الاعلامية وحلقاتها المتشابكة التي يجسدها المحتوى بما فيه من معاني و رموز يستهدفها الكاتب أو القائل، فخرجت نتائج معظم البحوث التي استخدمت تحليل المحتوى مجرد أرقام صماء أو تصنيفات احصائية تقف عند حدود الوصف المجرد لسمات المحتوى الظاهر.

وهذا يعود الى بعض الاسباب التي يتصدرها:

أولا: بدايات الاستخدام التي اهتمت بالتطبيق أكثر من اهتمامها بتطوير الاطار النظري والمنهجي وخطواته المنهجية، وظلت مرشداً ودليلاً في بحوث تحليل المحتوى لسنوات طويلة.

ثانياً: حدود النظرة المنهجية الى تحليل المحتوى، التي تأثرت ببحوث

الاجتماع والسياسة واستخدمته كأداة مساعدة في تفسير الظاهرات الاجتماعية والسياسية.

ثالثاً: غياب النظرة الكلية الى العملية الاعلامية في بحوث الاعلام والاكتفاء بالنظرة الجزئية الى المحتوى، التي تقف بهذه البحوث عند حدود الوصف الاحصائي لسمات المحتوى الظاهر، كهدف يميز - فقط - المراحل الارتيادية في البحث العلمي.

وهذه الاسباب وغيرها - **التي تعود الى غياب المنظور الاعلامي في مجال مناهج البحث بصفة عامة وندرة الدراسات التي تناولتها** - أدت الى عدم تكامل العلاقة بين النظرية والتطبيق في بحوث تحليل المحتوى، فأغفل الكثير من الباحثين تطويع الطريقة العلمية لخدمة أغراض البحث، اكتفاء باتباع الخطوات والاساليب الخاصة بالبحوث السابقة دون النظر الى التباين في طبيعة البحوث وأهدافها.

وعلى الرغم من مرور أكثر من خمسين عاماً على بداية استخدام تحليل المحتوى في البحوث العلمية، أسفرت عن مئات البحوث وعشرات الدراسات المنهجية في المكتبة الغربية، وساهمت في تطوير المفهوم واستخداماته، الا أن المكتبة العربية لم تستطع حتى الآن - ورغم حماس الباحثين لاستخدام تحليل المحتوى في بحوث الاعلام - ان تلاحق هذا التطور الذي يستهدف تأصيل النظرية والمنهج لتكون دليلا ومرشداً للباحثين في تطبيقات تحليل المحتوى.

ولذلك يصدر هذا الكتاب كمحاولة متواضعة لتلبية حاجة المكتبة العربية والباحثين الى دليل منهجي لاستخدام تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ويقدم اطاراً موحداً للنظرية والتطبيق، يعوض النقص الملموس في هذا المجال.

واعتمد منهج الكتاب على مسح تراث تحليل المحتوى النظري

والتطبيقي في الدراسات الغربية والعربية ليقدم دراسة منهجية موحدة تركز على الخطوات الاجرائية للمنهج واستخداماته في بحوث الاعلام من خلال النظرة العلمية للبحوث والدراسات العربية التي تناولته أو استخدمته كمنهج لتحقيق الظاهرات التي تتناول محتوى الاعلام بالبحث والدراسة.

وفي حدود الهدف العام لهذا الكتاب الذي يسعى الى تقديم دليل منهجي متكامل للاطار النظري لتحليل المحتوى وكيفية استخدامه وتطبيقه في بحوث الاعلام، قسمت الدراسة الى ستة فصول، يهتم الاول والثاني منها بالاطار النظري والمنهجي، وتقدم الفصول الاربعة التالية الاطار التطبيقي الذي يتناول حدود الخطوات المنهجية وأسس استخدامها، والتطبيقات العملية لها في البحوث والدراسات المنشورة في تحليل المحتوى وذلك كالآتي:

- **الفصل الاول: تعريف تحليل المحتوى وتاريخه:** ويقدم - في المبحث الاول - التعاريف الخاصة بتحليل المحتوى والآراء التي تتناولها متأثرة بالاتجاه الوصفي في التحليل، أو الاتجاه الاستدلالي الذي ظهر في بداية الستينات والذي يتلاءم مع التطور في استخدام تحليل المحتوى لدراسة الظاهرة الاعلامية ككل من خلال محتوى الاعلام، ثم المتطلبات الاساسية للتحليل، والتركيز على أهمية التحليل الكمي والكيفي، والاهتمام بالمعاني الكامنة للمحتوى.

ويتناول المبحث الثاني عجالة في نشأة دراسات تحليل المحتوى والاتجاهات التاريخية لاستخدامه في البحوث العربية والاجنبية.

- **الفصل الثاني: الاطار المنهجي لتحليل المحتوى:** ويتناول - في المبحث الاول - قضية الخلاف حول تحديد موقع تحليل المحتوى

من مناهج وأدوات البحث العلمي، وينتقل في المبحث الثاني الى محاولة للتكييف المنهجي لعملية التحليل في حدود الدراسات الخاصة بعلم المناهج ومقومات المنهج العلمي، ليقدم في المبحث الثالث النظام المنهجي المقترح لتحليل المحتوى ابتداء من الاحساس بالمشكلة، وصولا الى تفسير النتائج والاستدلال العلمي الذي يفيد في تطوير المعارف النظرية لعلوم الاتصال بصفة عامة والاعلام بصفة خاصة.

ويقدم المبحث الرابع اطاراً للاستخدامات من خلال نموذج الاتصال، مع الاشارة الى استخدام تحليل المحتوى في بحوث الرأي العام والاعلان.

- **الفصل الثالث: الخطوات المنهجية العامة**: ويتناول هذا الفصل في ثلاثة مباحث الخطوات المنهجية التي تتفق مع خطوات البحث العلمي بصفة عامة، مبتدءاً بالتحليل المبدئي - في المبحث الاول - الذي يعتبر ضرورة لصياغة الخطوات المنهجية التالية التي تميز المنهج في بحوث الاعلام، ثم ينتقل الى وضع الفروض - في المبحث الثاني - التي تتبلور أهميتها في الدراسات التي تبحث الظاهرة الاعلامية ككل أو أحد عناصرها من خلال المحتوى الذي يحكم صياغته واختيار رموزه العلاقة الارتباطية بينه وبين باقي عناصر العملية الاعلامية، ويقدم المبحث الثالث طرق اختيار العينات والاسس الخاصة بها التي تتفق مع طبيعة بحوث الاعلام بصفة عامة والمحتوى بصفة خاصة.

- **الفصل الرابع: ترميز بيانات التحليل**: ويتناول هذا الفصل الخطوات المنهجية الخاصة بتحويل الرموز اللفظية الى وحدات قابلة للعد والقياس، ابتداء من تصنيف المحتوى الى فئات في

المبحث الاول، ثم تحديد الوحدات التي يتم عليها العد والقياس وهي وحدات التحليل في المبحث الثاني، ثم ينتقل الى المبحث الثالث الذي يتناول تصميم استمارة التحليل كأداة منهجية في عملية التحليل.

- **الفصل الخامس: العد والقياس**: ويركز هذا الفصل على التفرقة بين المتغيرات الداخلية والخارجية للمحتوى كوحدات للعد والقياس في المبحث الاول، ويتناول المبحث الثاني أسلوب العد والقياس ومجالاته لكل من المتغيرات الداخلية والخارجية للمحتوى، ويتناول المبحث الثالث والرابع قياس قيمة المحتوى وتحديد مراكز الاهتمام، ثم قياس الاتجاهات كنماذج لاستخدام أساليب العد والقياس ومجالاته.
- **الفصل السادس: تفسير النتائج**: ويتناول هذا الفصل تفسير النتائج الكمية وتحويلها الى تفسيرات كيفية تتفق مع الاطر النظرية والتجريبية للظاهرة محل البحث، بعد التحقق من ثبات وصدقالتحليل والنتائج، ولذلك يتناول المبحث الاول والثاني ثبات وصدق التحليل والاسس الخاصة بها، وتقدير المستويات بالاساليب الكمية، ثم يتناول المبحث الثالث أهمية التفسير والاستدلال والمقدمات الاساسية لهذه العملية، ونماذج التفسير التي يمكن ان يستخدمها الباحث في تفسير نتائج البحث.

......

......

وأود أن أشير في ختام التقديم الى أن موضوع تحليل المحتوى رغم استخدامه لاكثر من نصف قرن في البحوث الغربية وأكثر من عشر سنوات في البحوث العربية فانه ما زال يتميز بالحداثة، حيث لم يمر

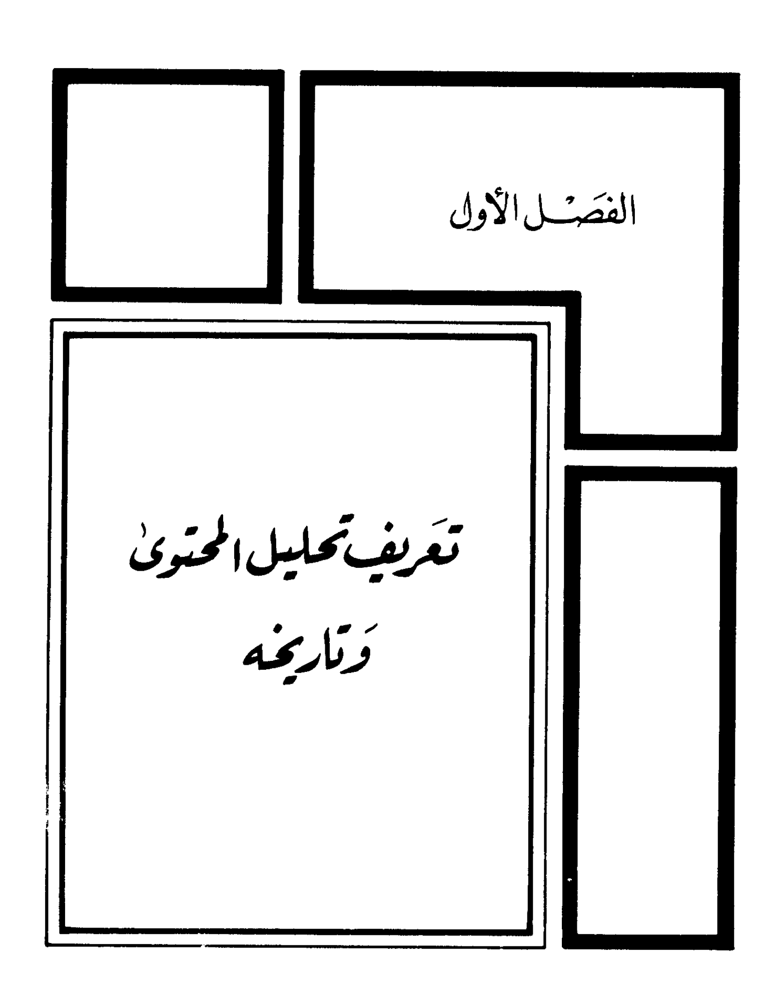
بمراحل البناء العلمي التي تنتقل من المرحلة الفلسفية الى المرحلة العملية بعد ارساء قواعده وأسسه، وما زالت تتجاذبه المرحلتان خلال هذه السنوات، ويصبح طبيعياً - رغم الحاجة الملحة الى استخدامه - أن تتعارض الآراء حول أهميته المنهجية، وتحديد طرق وأساليب التطبيق في البحوث العلمية بصفة عامة وبحوث الاعلام بصفة خاصة، الى أن يتم الاتفاق حول اتجاه النمو العلمي للمنهج وأسسه وقواعده.

ولذلك يطرح هذا الكتاب العديد من الآراء والافكار المنهجية والتطبيقية التي تحتاج الى مزيد من المناقشة والدراسة والاسهام العلمي من جانب خبراء بحوث الاعلام، حتى تستقر المفاهيم وأسس التطبيق لتصبح اضافة الى مناهج البحث العلمي، تنير السبيل أمام الباحثين في دراسة الظاهرات الاعلامية.

والله الموفق...

جدة في أول رمضان ١٤٠٣ هـ
١١ يونيو ١٩٨٣ م

دكتور
محمد عبد الحميد


الفصل الأول
تعريف تحليل المحتوى
وتاريخه

تعريف تحليل المحتوى وتاريخه

التحليل **Analysis** عملية ملازمة للفكر الانساني، تستهدف ادراك الاشياء والظاهرات بوضوح من خلال عزل عناصرها بعضها عن بعض، ومعرفة خصائص أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقات التي تقوم بينها.. وهذه هي الفكرة العامة لعملية التحليل مهما اختلفت الاساليب والوسائل او تطورت بتطور المعارف والعلوم[1].

والمحتوى Content في علوم الاتصال هو كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلاله أهدافا اتصالية مع آخرين.. وهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية الفرد - مصدر - وسماته الاجتماعية.. فيصبح مظهرا من مظاهر السلوك يميزه عن غيره من الافراد، ويستهدف جمهورا محددا بسماته واحتياجاته

(١) راجع في ذلك:

- **International Encyclopedia of Social Science,** (Survey Analysis) U.S.A. 1972, Vol 15/16 P.P. 411/412.

- عبد الرحمن بدوي: **مناهج البحث العلمي** ط ٣ (الكويت - وكالة المطبوعات - ١٩٧٧ م) ص ١١٨.

- عبد اللطيف محمد العبد: **مناهج البحث العلمي** (القاهرة - النهضة المصرية - ١٩٧٦ م) ص ١٨.

واهتماماته ليدرك ما في المحتوى من معاني وأفكار فيتحقق اللقاء والمشاركة بين المصدر والجمهور[١].

وعندما تتم عملية التحليل على محتوى الاتصال، فانها تستهدف عزل خصائص وسمات المحتوى عن بعضها ليمكن وصفها بوضوح واكتشاف العلاقة بينها وبين بعضها البعض، أو بينها وبين عناصر اخرى ترتبط بها مثل أسباب ودوافع وأهداف ما قيل أو ما كتب، ومعرفة شخصية المصدر أو سمات الجمهور، وذلك بأساليب تعتمد في أبسطها على الحدس والتخمين العقلي أو الاستنتاجات الانطباعية، فتجعلنا نلاحظ أن الكاتب - على سبيل المثال - قد أخذ خطاً متشددا، أو يؤكد على حقائق معينة، او يجعلنا نقول انه يتأثر بكذا، او لم نكن نتوقع منه ان يقول هذا...[٢].

هذه الافكار كانت الاساس في الاعتماد على الرسالة ومحتواها في الوصول الى استنتاجات واستدلالات عن خصائصها وعلاقتها بالمصدر والجمهور، من خلال منهج علمي يقوم بتحليل محتوى الرسالة، خاصة وان الاستنتاجات الانطباعية لم تعد مرضية لانها تعتمد على اطار المعتقدات الذاتية للمحلل او شعوره واحساسه وقت التحليل.

---

(١) راجع في ذلك:

- Laswell, Harold, D., et al., **Language of Politics:** Studies in Quantitative Semantics (New york, George Stewart 1949) P. 42.
- Shram, Wilbur., **The Process and Effects of Communication** (Urban, University of Illinois Press 1962) P. 3.

- جيهان رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الاعلام** ط ٣ (دار الفكر العربي - القاهرة ١٩٧٨ م) ص ١٥١.

(2) **Stone, Philip. J., et al., The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis** (U. S. A. The M. I. T. Press 1966) P.P. 3,4

فكانت البدايات الاولى لتطوير مجموعة من الاجراءات التي **عرفت بتحليل المحتوى** **Content Analysis** التي ظهرت على يد مجموعة من خبراء السياسة والاجتماع في العقد الثالث من هذا القرن، واتخذت من محتوى الصحف أداة لوصف وتفسير العديد من الظاهرات السياسية، والاجتماعية، ثم تصاعد الاهتمام به بعد ذلك، وتزايد البحث في الجوانب والاجراءات المنهجية لعملية التحليل واستخداماتها، وانعكس على التعريفات الخاصة بهذا المنهج خلال مراحل تطوره واستخدامه.

المبحث الأول

اتجاهات تعريف تحليل المحتوى

مع ازدياد الاهتمام بالدراسات الخاصة بتحليل المحتوى في بداية النصف الثاني من هذا القرن، ازدادت البحوث والدراسات التي تبحث في الجوانب النظرية والمنهجية لتحليل المحتوى قياسا الى البحوث التطبيقية التي عرف من خلالها قبل ذلك، ومعها اتسعت النظرة المنهجية لتحليل المحتوى وتطورت مفاهيمه Concepts وتعريفاته Difinitions، التي ارتبطت الى حد بعيد بتطور علوم الاتصال الجماهيري بصفة عامة والاعلام بصفة خاصة، واتساع مجالاتها الدراسية.

ولكن مع الاتفاق الكامل حول اقتران تحليل المحتوى بالصفة الكمية Quantitative التي تحقق مطلبا أساسيا من مطالب البحث العلمي وهو الموضوعية Objectivity نجد أن هناك اختلافا واضحا في بعض المحددات الخاصة بتعريف تحليل المحتوى، يمكن من خلالها تصنيف اتجاهات التعريف في اتجاهين اساسيين.

١ - **الاتجاه الاول**: وهو الاتجاه الوصفي في تحليل المحتوى والذي عاصر فترة النشأة، واستمر بعد ذلك، وعنه استعار بعض الباحثين في مصر التعريف وخاصة في بحوث علم الاجتماع.

٢ - **الاتجاه الثاني**: وهو الاتجاه الاستدلالي في التحليل الذي يتخطى مجرد وصف المحتوى الى الخروج باستدلالات عن عناصر العملية الاعلامية والمعاني الضمنية او الكامنة في المحتوى، والذي ظهر في نهاية الخمسينات وبداية الستينات، وتأثر به عدد آخر من الباحثين في الاتصال والسياسة في مصر.

فيرى **لازويل Lasswill** وهو من رواد هذا المنهج واستخداماته أن تحليل المحتوى يستهدف الوصف **Aim at Describing** الدقيق والموضوعي لما يقال عن موضوع معين في وقت معين[١].

ويتفق معه كل من **كابلان Kaplan** وجانيس **Janis** وكارتريت **Carturight**[٢] في قصر وظيفة تحليل المحتوى على هذا الهدف.

فيعرفه **كابلان** بأنه الدلالات الاحصائية لالفاظ The Statistical Semantics الموضوعات السياسية، وهو أي اسلوب - تبعا لتعريف **جانيس** - لتصنيف سمات الادوات الفكرية Classification of the Sign Vehicles في فئات طبقا لبعض القواعد التي يراها المحلل كباحث علمي، ويشير - تبعا لتعريف **كارتريت** - الى الوصف الكمي الموضوعي والمنظم لاي من السلوك الرمزي Descriding of any symbolic behavior ويتفق معهم أيضا في وظيفة تحليل المحتوى **برنارد بيرلسون Berlson, B.** والذي يعد من اول الذين اقتربوا من الجوانب المنهجية لتحليل المحتوى في بداية النصف الثاني من القرن

---

(1) Lasswell, Harold, D et al., op. cit P. 43.
Lasswell, Harold, D et al., **The Prestige Press: A comparative Study of Political Symbols** (U.S.A, T The M.I.T Press 1970) P. 26.

(2) Kaplan, Ibraham., - Janis, Irving., - Carturight, Dorwing, P., Quoted by Holsti, Ole, R., **Content Analysis for The Social Science and Humanities** (Canada - Addison - Wesley publishing company 1969) P. 2 - 3.

العشرين، ويعتمد على كتابه (تحليل المحتوى في بحوث الاتصال - ١٩٥٢ م) العديد من الباحثين في مصر، فهو يعرف تحليل المحتوى بأنه اسلوب البحث الذي يهدف الى الوصف Descriptionالكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال.

ومن خلال استعادة بيرلسون لتعريفات بعض السابقين امثال ليتس وبول ١٩٤٣ م Leites & Pool ، كابلان وجولدسون Kaplan & Goldson - جانيس Janis ١٩٤٩ م، من خلال استعادة تعريفهم لتحليل المحتوى يخلص الى ان هناك ستة مميزات رئيسية لتحليل المحتوى

١ - قصر استخدامه في تعميمات العلوم الاجتماعية **(ليتس وبول)**

٢ - يستخدم بصفة اساسية في تحديد آثار الاتصال **(بيرلسون، وابلز Waples)**

٣ - يستخدم فقط في معرفة تركيب الجملة ودلالات الالفاظ **(ليتس، وبول)**

٤ - ضرورة ان يكون موضوعيا **(بيرلسون، وابلز)**

٥ - ضرورة ان يكون منتظما **(ليتس،وبول)**

٦ - ضرورة ان يكون كميا **(بيرلسون، وابلز)**

ويرى بيرلسون ان السمة الاولى والثالثة تحد من مجال تحليل المحتوى، اما السمات الاربعة الباقية فهي ضرورية لصياغة تعريف دقيق لتحليل المحتوى، وهي السمات التي اتخذها اساسا في صياغة تعريفه[١].

---

(1) **Berlson, Beenard., Content Analysis in Communication** (New york - Hafner publishing company 1971) P. P. 14 - 15.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تحديد سمات الاتجاه الاول في الاتي:

١ - التركيز على الاستخدام الوصفي لتحليل المحتوى فقط.

٢ - ان الاستخدام الوصفي يرتبط فقط بالمحتوى الظاهر Manifest للاتصال وليس بالمعاني الكامنة.

٣ - استخدام نتائج التحليل في تفسير المعاني الكامنة يجب ان يكون تحت ظروف معينة ترتبط بتحديد نموذج لوضوح محتوى الاتصال من جانب، والفهم والادراك لهذا المحتوى من جانب آخر، ولا يفترض تطابق عنصري هذا النموذج في جميع الظروف[١].

ونخلص من هذا ان حدود تحليل المحتوى وفقا لهذا الاتجاه يجب ان تقف عند مجرد الوصف دون ان تتعدى ذلك الى رسم علاقة بين عناصر العملية الاتصالية أو التنبؤ باتجاهات هذه العناصر وردود أفعالها، وذلك لغياب نظرية عامة للاتصال تتخذ كمرشد في الخروج بهذه الاستنتاجات.

وفي هذا المجال لا نستطيع ان نقرر مدى استقلالية الباحثين الاخرين الذين ساقوا تعريف بيرلسون في كتاباتهم وانتهجوا منهجه في الاقتراب من تحليل المحتوى[٢].

---

(1) Ibid., P.P. 18 - 20.

(٢) راجع في ذلك:

- Danilson, Wayne, A.;: in Nafziger, Ralph, O et al: **Introduction to Mass Communication Research.,** (U.S.A. Lowisiana state Uneversity Press 1972) P. 181.

- عبد الباسط محمد حسن: **أصول البحث الاجتماعي** ط ٧ (القاهرة - مكتبة وهبة - ١٩٨٠ م) ص ٤٠٤.
=

أما الاتجاه الاستدلالي في التعريف فانه يتلخص في الاتي: -

- أنه اسقط من اهتمامه التركيز على المحتوى الظاهر فقط.
- ان الهدف الاساسي من عملية تحليل المحتوى هو الكشف عن المعاني الكامنة Latent Meaning وقراءة ما بين السطور.
- الاستدلال Making Inference من خلال المحتوى، عن الابعاد المختلفة لعملية الاتصال وتأثيراته.
- الاهتمام بالمقاييس الكمية، وشرط العد Enumeration، وان كانت لا تساق في التعريف، الا انها تعتبر مطلبا يحقق شرط الموضوعية في تحليل المحتوى.
- استخدام تحليل المحتوى في تحقيق واختبار الفروض العلمية.

فيتبنى كل من هولستي[1] Holsti وكارني[2] Carney وستون[3] Stone تعريف تحليل المحتوى بأنه أي اسلوب يحقق الاستدلال الموضوعي والمنظم للسمات الخاصة بالرسالة

ويرى اسجود Osgood ان تحليل المحتوى يستهدف الاستدلال عن مصادر الاتصال ومستقبلية من خلال التغير الواضح في الرسائل، وعندما يكون اهتمام المحلل بمصدر الرسالة فانه يعتمد على العملية المنطقية

= - جمال زكي والسيد يس: **أسس البحث الاجتماعي** (القاهرة - دار الفكر العربي ١٩٦٢ م) ص ٣٦٠.

- زيدان عبد الباقي: **وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والادارية والاعلامية** ط ٢ (القاهرة - النهضة المصرية - ١٩٧٩ م) ص ٤٨٩.

(1) Holsti, Ole, R., op. cit P. 14.

(2) Carney, Thomas, F., Content Analysis: **A technique for systematic inference From communication.**, (Canada - University of Manitoha Press 1972) P. 5.

(3) Stone, Philip, J. op. cit, P. 5.

للمتحدث أو الكاتب، وعندما يكون الاهتام بالاستدلال عن تأثير الرسالة على المستقبلين فانه يفسر مدى اعتاد سلوكهم (المعاني - العواطف - الاتجاهات - الحب) على المحتوى ومكونات رسائل الاتصال[١].

ويرى باد **Budd** من خلال النماذج التي قدمها في تناوله للتعريف ان تحليل المحتوى يساعد في الاجابة على الاسئلة المتعددة المرتبطة بعملية الاتصال، فعندما يركز المحلل على تقديم الرسالة فانه يمكن ان يستنتج الارتباطات بين الرسالة والعناصر الاخرى لعملية الاتصال، فالمحلل لا يهتم بالرسالة في حد ذاتها ولكن بالاسئلة المتعددة عن عملية الاتصال وتأثيراتها، وان المحلل من خلال المعلومات الاضافية التي يحصل عليها عن مصدر الاتصال او الوسيلة او المستقبل أو رجع الصدى يكون قادرا على التنبؤ **Prediction** عن هذه العناصر وعلاقة المصدر بالمستقبل، وذلك من خلال تحليل المحتوى وبعض الاساليب المنهجية الاخرى وهكذا يمكن بناء العلاقة بين المحتوى كمتغير مع بعض المتغيرات الاخرى وان كان لم يبذل سوى جهد قليل في ذلك[٢]. ويستشهد بملاحظة دانيلسون **Danelson** ان الاتجاه في تحليل المحتوى اصبح يستخدم في تحقيق الفروض بدلاً من البحوث الوصفية البحتة[٣].

ولان الاتصال ليس مجرد رسالة ثابتة سواء كانت مذاعة أو مطبوعة، ولكنه تفاعل متدفق، فان المحلل لا ينظر الى الرسالة في حد ذاتها، ولكن بكل التساؤلات المحيطة بعملية الاتصال وتأثيره، فالهدف

---

(1) Osgood, Charles, E., in **Ithiel de Sola Pool** et al., **Trends in Content Analysis.,** (Urban University of Illinois Press 1959) P. 36.

(2) Budd, Richard, W., et al: **Content Analysis of Communication** (New York – The Macmillan Company – 1967) P. 4.

(3) Danilson, **Wayne**, A., op. cit P. 200.

الاساسي من عملية التحليل هو الاستدلال، لانه لا يمكن لاي فرد ان يصل الى تأثيرات الاتصال دون دراسة مدلولاته، وهذا ما يفرق التحليل عن القاموس أو الفهرس أو الخلاصات[١].

وفي مصر نجد ان آراء بعض الباحثين والخبراء بدأت تتفق مع الاتجاهات الحديثة في تحليل المحتوى.

فالواجب الاول للقائم بعملية التحليل ليس هو مجرد تقديم تعبير او صياغة رقمية لخصائص الرسالة موضع التحليل رغم اهمية هذه العملية ومرورها بعمليات طويلة ومعقدة، وانما الواجب هو البحث عن العلاقات الفكرية غير الواضحة وغير الظاهرة والكشف عنها بأسلوب علمي[٢]، وهو محاولة كشف ما وراء النص من عقلية كامنة وأن أهم ما يهدف اليه تحليل المحتوى هو بناء نظرية صادقة وسليمة يمكن تعميمها او اعتبارها نظرية علمية قابلة للاثبات والتطبيق في جميع الاحوال مهما تغيرت شخصية الباحث أو مكان البحث وزمانه[٣].

وهو منهج من مناهج البحث العلمي يسعى عن طريق المقارنة الكمية المنهجية للمضمون الظاهر للمواد الاتصالية الى الحصول على الاستدلالات الكيفية[٤].

وهو آداة منهجية للدراسة الكمية والكيفية لمضمون وسيلة

---

(1) Carney, Thomas, F., op. cit P. 5.

(٢) حامد ربيع: **فلسفة الدعاية الاسرائيلية سلسلة دراسات فلسطينية** (منظمة التحرير الفلسطينية - بيروت - ١٩٧٣ م) ص١٩٨.

(٣) ابراهيم امام: **الاعلام الاذاعي والتليفزيوني** (القاهرة - دار الفكر العربي - ١٩٧٩ م) ص ٣٠.

(٤) فوزية فهيم: **المادة الاخبارية في الاذاعة المصرية - دراسة في تحليل المضمون الفني الاذاعي** (القاهرة - مجلة الاذاعة والتليفزيون العدد ٧٤ يناير ١٩٧٧ م) ص١٤.

الاتصال، وهو آداة لملاحظة ووصف مادة الاتصال، آداة لاختبار فروض معينة عن مادة الاتصال، وآداة للتنبؤ... وهنا تظهر أهميته كمنهج لدراسة الظاهرة محل التحليل في حالتها الديناميكية[١] وهو مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى الى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى[٢].

ويلاحظ في الاتجاه الاستدلالي انه لم يرفض الاتجاه الوصفي، لكنه يرى انه يمثل الحدود الضيقة لعملية التحليل التي تستخدم مع أدوات منهجيـــة أخرى في دراسة بعـــض الظـــاهرات في العلوم الانسانيـــة والاجتماعية التي يعتبر المحتوى مصدرا من مصادر البحث فيها، ولكن في بحوث الاتصال الجماهيري، فان الامر يحتاج الى نظرة اعم واشمل تتفق مع ديناميكية عملية الاتصال والتفاعل المستمر بين عناصرها المتشابكة وتأثيراتها.

وهذا الاتجاه أدى الى وجود اتفاق في بعض المتطلبات أو الشروط الخاصة باستخدام المحتوى كشرط العد او المطلب الكمي وشرط الموضوعية والمنهجية. بالاضافة الى الشروط الاخرى التي تتفق مع الاتجاه الحديث كالاهتمام بالمعاني الكامنة للمحتوى وتوظيف عملية التحليل في الاستدلال والتنبؤ بعناصر عملية الاتصال وتأثيراتها من خلال علاقة هذه العناصر بالمحتوى محل التحليل.

---

(١) نادية سالم: **صورة العرب والاسرائيليين في الولايات المتحدة الامريكية** (القاهرة - معهد البحوث والدراسات العربية ١٩٧٧ م) ص ٢٩.

(٢) محمد عبد الحميد: **التحليل الكمي للمحتوى وبحوث الاعلام في ضوء المنظور المنهجي، الحلقة الدراسية الثانية لبحوث الاعلام في مصر** (القاهرة - المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٨١ م) ص ١٨.

متطلبات (شروط)

تحليل المحتوى

تتناول كافة تعاريف تحليل المحتوى مجموعة من الشروط أو المتطلبات التي تمثل سمات تحليل المحتوى، يتفق الاتجاهان على بعض منها ويختلفان في البعض الآخر كالتركيز على وظيفة التحليل وأسلوبه واهتمامه بالمحتوى الظاهر أو الكامن.

١ - **التنظيم Systematic**، أو المنهجية، (حيث يتم العمل بناء على خطة واضحة واجراءات تتفق مع قواعد البحث العلمي للوصول الى النتائج التي تمكنه من اختبار الفروض او الاجابة على التساؤلات المطروحة، وان يراعى الاهتمام بالاجراءات المنهجية التي تساعد على تحقيق الثبات والصدق، ويتجنب النظرات الجزئية والعوامل التي تؤدي الى التحيز او الابتعاد عن الموضوعية، وهذا يعني ان يتم جمع البيانات المتصلة بالظاهرة محل البحث في ضوء الفئات الموضوعة والمحددة مسبقا.

٢ - **الموضوعية Objectivity والحياد Neutrality** وهذا يعني التجرد من الذاتية والدوافع الشخصية عند بحث المشكلة العلمية باستبعاد كافة التصورات والمعتقدات الذاتية التي قد تجعل الباحث يوظف عملية التحليل لاثباتها، وتفيد المنهجية في توفير مطلب الموضوعية، حيث يقوم الباحث بالتحليل بناء على خطة موضوعة مقدما تتضمن مجموعة من الاجراءات التي تتيح لغيره ان يصل الى نفس النتائج عند تطبيق هذه الاجراءات على نفس المحتوى وهو ما يعني ثبات النتائج.

٣ - **التعميم Generality**، وهذا يعني ان يتم تفسير النتائج في ضوء النظريات القائمة، حتى تمثل قيمة كبيرة في تقدم العلم والمعرفة

التي لا يحققها الاكتفاء بوصف المحتوى فقط دون تفسيرها من خلال علاقة المحتوى بمتغيرات اخرى في العملية الاعلامية مثل سمات المصدر او الجمهور او الظروف الاعلامية بصفة عامة.

وهذا يتطلب صياغة الفروض واستخدام العينات من خلال التراث النظري او التجريبي حتى نصل الى نتائج يمكن ان تصبح استشهادات صحيحة وعامة بدراسة الظاهرة محل التحليل[١].

٤ - **الاستخدام الكمي او شرط العد Quantitative**، ولعل هذا المطلب يعتبر من أبرز سمات تحليل المحتوى، حيث يلجأ الباحث من خلال الاساليب والطرق الاحصائية الى تبويب وتصنيف الفئات المحددة وجدولة الوحدات وقياسها، والتعبير عن النتائج بقيم عددية تحدد المدى الذي تقع فيه هذه الوحدات.

وهذا المطلب يوفر أفضل السبل الى تحقيق الموضوعية والتقليل من أخطاء التحيز وامكانية التحقق من ثبات النتائج، وهذه كلها أسباب كافية الى الاتجاه نحو الدراسات الكمية التي اصبح يقترن بها مفهوم تحليل المحتوى.

ويثير هذا المطلب اعتراضا عند بعض الباحثين على اهمية العد والقياس الكمي في التحليل، اكتفاء بالتحليل الكيفي Qualitative او الانطباعي Impressionistic أو التحليل عن طريق الحدس أو التخمين Intuitivestic، وهي البحوث التي تقوم على قراءة وتسجيل الانطباعات الشخصية للباحث، ثم تقرير النتائج على هذا الاساس، وان كان يعبر عن هذه النتائج

(1) - Lasswell, Harold, D., The Prestige Press, op. cit P. 26.
- Holsti, Qle, R. op. cit P. 5.

برموز لفظية مثل كثيرا أو قليلا، يتزايد او يتناقص.. الخ، وليس بالارقام العددية، ذلك انه يجنبنا مشقة العمل وتكلفته والوقت الذي يستلزمه التحليل الكمي، ويصل بنا الى نفس النتائج، والرد هنا يكمن في مدى الموضوعية التي يمكن ان تتحقق في الدراسات غير الكمية، فالدراسات الكمية عبارة عن سلسلة متصلة من المراحل التي تضمن الوصول الى الموضوعية الكاملة.

ففي كلا الحالتين يعيش الباحث في الدراسات الخاصة بأعمال الكتاب وخلفيتهم حتى يصل الى درجة من الالفة مع المحتوى يبدأ بعدها الانطباعي في كتابة التقرير من وجهة نظره، ولكن الباحث الكمي يضع أولا أسس التحليل التي سوف يعمل بها ليصل في النهاية الى نتائج ثابتة او مستقلة[١].

وهناك اعتراض آخر بأن غياب كلمة واحدة او ظهورها لمرة واحدة لا تستطيع الاساليب الكمية ادراكها قد يكون له معنى او دلالة تفوق تكرار غيرها من السمات[٢]، وهذا الاعتراض يمكن ان تواجه به الدراسات غير الكمية، ويبقى فقط جدوى الجهود والتكاليف والوقت، وهذه الامور يمكن ان تقارن بداية باغراض البحث ومدى الدقة والموضوعية التي تحققها اجراءات التحليل اذا ما أعدت ونفذت بطريقة منتظمة.

بالاضافة الى انه ليس هناك ما يضمن في التحليل الكيفي ان يكون أحد الدارسين قد قرأ مصادره بنفس الدرجة من العناية والدقة والموضوعية التي يوفرها التحليل الكمي[٣].

(1) Carney, Thomas, F., op. cit P.P. 11 – 12.

(2) George, Alexander, L., IN **Ithiel de Sola Pool.**, op. cit p. 7.

(3) Lasswell, Harold, D., Prestige Press, op. cit P.P. 24 – 25.

ويذهب لازويل الى انه ليس هناك سبب لاستخدام تحليل المحتوى ما لم يمكن الاجابة على تساؤلات الباحث بطريقة كمية[١] وأن الباحث يجب أن يسأل نفسه أولا ما اذا كان اخضاع محتوى الاتصال للاحصاء سيساعده في حل مشكلة البحث، وألا نبدأ التحليل الا عندما نكتشف امكانية العد[٢].

ويناقش بيرلسون أهمية التحليل الكيفي في المرحلة الاولية للاستخدام الكمي لتقرير التكرار في الموضوعات والخروج بفروض تخضع للاختبار، من خلال القراءة الواعية لعينات المحتوى وهو ما يسمى اضافة البعد الكيفي الى التحليل الكمي، وأن ابرز استخدامات التحليل الكيفي عندما تكون المواد معقدة يصعب تجزئتها الى عناصر رئيسية يسهل قياسها بثقة كما في بعض البحوث السياسية أو التاريخية، وكذلك في الاحوال التي تكون فيها مواد التحليل صغيرة نسبيا أو تغطي فترات زمنية قصيرة وان كان سيتم في جميع الاحوال تسجيل الانطباعات والنتائج بطريقة شبه كمية.

ويعتبر المطلب الكمي أساسا في عملية التحليل في الاحوال الاتية[٣]:

- عندما تتطلب النتائج درجه عالية من الدقة والوضوح، فعندما تستخدم العد فان هذا يضمن درجة كبيرة من الدقة، لان وصف الملاحظات بالارقام يعتبر ادق من وصفها بالكلمات مثل كبيرة او صغيرة، كثيرة او قليلة، فالاعداد هي اللغة الخاصة بالحجم والكمية، وان الاشياء تتغير بتغير أسلوب حديثنا عنها، وهذا الاسلوب يتوحد عند التقرير بالارقام وليس بالالفاظ[٤].

---

(1) **Ibid.** P. 37.

(2) **Ibid.** P. 40.

(3) Berlson, Bernard., op. cit P. P. 114 - 132.

(4) Lasswell, Harold, D., Prestige Press., op. cit P. 26.

- عندما تتطلب النتائج درجة عالية من الموضوعية.
- عندما تكون مواد التحليل نموذجية بدرجة كافية.
- عند اتساع اطار البيانات، وكثرة المواد المراد تحليلها.
- عندما يقتضي العد قيام علاقة بين بيانات المحتوى وبيانات اخرى.

وهذه الاحوال تعتبر مبررا كافيا للاستخدام الكمي، وتشير الى الاتجاه نحو التحليل الكمي في بحوث الاعلام التي تميز بحوثها وبياناتها بهذه السمات.

واعتبار الاستخدام الكمي مطلبا اساسيا من مطالب التحليل لا يعني اغفال التحليل الكيفي نهائيا الذي يمثل مرحلة ضرورية من مراحل البحث الكمي وهي المرحلة التي يطلق عليها التحليل الاولى او التحليل المبكر أو الفحص المبدئي - كما سيأتي ذكره تفصيلا فيما بعد - التي تساعد الباحث في صياغة الفروض أو تحديد التساؤلات التي تنظم اطار البحث والنتائج، وتحديد الفئات ووحدات التحليل، والعد والقياس. بالاضافة الى استخدامه في مرحلة التفسير والاستدلال التي تقتضي التعبير عن النتائج برموز لفظية تقترب من صياغة نتائج القراءة الانطباعية أو التحليل الكيفي. كما أن الباحث الكمي وهو في مرحلة تسجيل البيانات الكمية، فانه لا يستطيع ان يتجنب النظرة الانطباعية الى المحتوى، خاصة بعد ان يقطع شوطا كبيرا في ملاحظة تكرار الوحدات، فتظل العلاقة بين التحليل الكمي والنظرة الانطباعية علاقة دائرية تثري المعرفة وتحقق الاقتراب الامثل من النتائج الصادقة، ولكن يظل الضبط الكمي هو أساس الدقة والثقة التي يجب ان تتوفر في البحث العلمي بصفة عامة وتحليل المحتوى بصفة خاصة.

٥ - وصف المحتوى الظاهري والاستدلال عن المعاني الكامنة:

وبينما تسجل كل التعاريف اتفاقا على الشروط والمتطلبات السابقة، نجد ان الخلاف يظهر بين الاتجاهين، فيما اذا كان تحليل المحتوى يتم بغرض وصف Describing السمات الظاهرة Manifest في المحتوى، كما يراه الاتجاه الاول في تحليل المحتوى، أو يتم بغرض الاستدلال Making Inference عن المعاني الكامنة Iatent Meaning في الاتجاه الثاني.

فشرط الموضوعية - تبعا للاتجاه الوصفي - يقيد الباحث بالرموز الظاهرة في المحتوى وعلاقتها ببعضها البعض في مرحلة الترميز، اما قراءة ما بين السطور فانها تأتي في مرحلة التفسير، حيث يكون الباحث حرا في استخدام كل قواه لرسم المعاني المستخلصة من البيانات، مع ضرورة مقارنة بيانات التحليل بطريقة مباشرة او غير مباشرة ببعض المؤشرات المستقلة من خارج المحتوى للصفات أو السلوك المستدل عليه من الوثائق، وذلك نتيجة لان الاستدلالات عن المصدر او المستقبل من محتوى الوثائق وحدها، نادرا ما تكون صادقة[١].

ولان الاستدلال هو الوظيفة الرئيسية في تحليل المحتوى - تبعا للاتجاه الاستدلالي في التحليل - فانه يصبح مطلبا رئيسيا الاهتمام بالمعاني الكامنة في المحتوى، لان الكلمات تحمل مغزى خصائص المتحدثين والتسجيل اللفظي هو احد الادوات التي تستخدم في الاستدلال عن هذه الخصائص، والمثل على ذلك ان الرموز المقبولة في الاحاديث السياسية قد تكون هي الاساس في عملية الانتخاب[٢]، ولذلك فان التعريف لا يركز على مشكلة الرصد فقط ولكن على تحليل

---

(1) Holsti, Ole, R., op. cit P. 13.

(2) Stone, Philip, J., et al., op. cit, P. P. 5 - 7.

نموذج الاعلام، الذي يمكن ان تحصل على معلومات اكثر عنه من خلال التعامل مع المحتوى الكامن[١].

فالاستدلال هو الهدف الاساسي من عملية تحليل المحتوى، ولا يحد ذلك من اهمية المقاييس الكمية للبيانات حيث تعد لمحاولة الكشف عما هو مكتوب بين السطور[٢].

وان معظم مشروعات تحليل المحتوى تأخذ في اعتبارها وجهة النظر الخاصة بأن هدف التحليل هو استخلاص الافكار الضمنية Underlying Themes في رسالة الكاتب او على الاقل ما يعكس بطريقة لا شعورية عن الشخصيات والدوافع للمنتج والمتلقي[٣].

ويستخدم تحليل المحتوى في العلوم الاجتماعية لدراسة طبيعة الاتصال والعملية الديناميكية له، وأشخاصه، والمعاني الضمنية UnderLyingMeaning[٤] وان كان هذا يتطلب مطابقته مع أدلة أخرى مستقلة عن المحتوى[٥].

ويتضح من وجهات النظر السابقة ما يلي:

- ان الاستدلال كوظيفة من وظائف التحليل من الامور المتفق عليها، خاصة بعد أن تطورت المفاهيم الخاصة بعملية الاتصال وتأثيراتها، وان الخلاف يظهر في موقع هذه الوظيفة حيث تعتبر

(1) Ibid P. 12.

(2) Carney, Thomas, F., op. cit P. 25.

(3) Dease, James., in Gerbner George et al., **The Analysis of Communication Content: Development in Scientific Theories and Computer techniques** (New York - John willy & Sons - 1969) P. 40.

(4) **International Encyclopedia of Social Science.,** (Content Analysis) U.S.A. 1972, Vol 13/14 P. 371.

(5) Holsti, Ole, R., op. cit P. 14.

الوظيفة الاساسية لعملية التحليل في الاتجاه الحديث، بينما تأتي لاحقة لعملية الوصف والتفسير للمحتوى وترتبط بجهود الباحث وقدراته على الحدس والتخمين من خلال النتائج الكمية في رأي الاتجاه الوصفي للتحليل.

وان الاستدلال من خلال التعامل مع المحتوى الكامن لم يستبعد الا نتيجة للشك في صدق النتائج المستدل عليها من هذا المحتوى الكامن.

- ان الامر يستلزم للتوفيق بين الاتجاهين ان يتحرى الباحث الدقة في اجراء اختبارات الصدق كاجراء منهجي يدخل ضمن نظام التحليل ويعتبر خطوة اساسية من خطواته المنهجية[١] وبذلك تعتبر مقارنة التفسيرات للاستدلالات مع مجموعة من الادلة المستقلة لتأكيد صدق الاستدلال والتنبؤ ضرورة في بناء نموذج تحليل المحتوى والتعريف به على هذا الاساس.

وبهذا يعتبر الاستدلال من خلال المعاني الكامنة في المحتوى مطلبا أساسيا في تحليل المحتوى ويمثل وصف السمات الظاهرة في المحتوى الحد الادنى لاستخدامه في بحوث الاعلام.

المبحث الثاني

عجالة تاريخية

ليس هناك تحديد تاريخي دقيق للبدايات المبكرة في استخدام تحليل المحتوى في البحوث الاعلامية، فعلى الرغم من ان استخدام المنهج بمفهومه الحالي يعود الى لازويل وزملائه اعتبارا من عام ١٩٣٠ م في

---

(1) Stone, Philip. J. et al, op. cit. P. 17.

مدرسة الصحافة في كولومبيا بأمريكا[1] الا أنه ربما تكون من الدراسات المبكرة عن ذلك في الولايات المتحدة الدراسة التي اجراها **سبيد** Speed ١٨٩٣ م لمقارنة التغير في طبعة الاحد من صحف نيويورك بعد محاولة جريدة نيويورك تايمز زيادة توزيعها بتخفيض الثمن وزيادة الحجم واتجاهها الى الاثارة في تحرير الموضوعات الصحفية، وكذلك الدراسات المبكرة لكل من ماتهيوز Matthews ١٩١٠ **وتيني Tenny ١٩١٢ وجارث Garth ١٩١٦** م ومن الدراسات المميزة في هذه الفترة التي طبق فيها نموذج لتحليل المحتوى دراسة **ويلي للصحف الاقليمية ١٩٢٦ Willeyś The Country News Papers** التي استخدم فيها نفس الفئات ونفس المقاييس (بوصة العمود/الموقع/ حجم العنوان) لدراسة تطور الصحف الاقليمية الاسبوعية التي كان يعتمد عليها وحدها خلال حرب الاستقلال الامريكية حيث لم تكن الصحف اليومية قد ظهرت بعد*.

ويسجل نهاية النصف الاول من هذا القرن تصاعدا في الاهتمام بالاستخدام المنظم لهذا المنهج في بحوث الصحافة بعد الدراسات الرائدة التي قدمها كل من لازويل وليتس وزملائهم بعد عام ١٩٤٠ م من خلال المعارف الخاصة بدراسة الدعاية في جامعة شيكاغو، ودراسات الاتصال خلال الحرب العالمية الثانية في مكتبة الكونجرس الامريكية، والتي احرزوا فيها تقدما واضحا في تحديد المفاهيم والمصطلحات والمعارف

---

(1) Berlson, B., op. cit, P. 22.

* هناك دراسة لدورفينج Dorving سجلت حالة استخدم فيها تحليل المحتوى في السويد عام ١٦٤٠ م بتحليل أغاني صهيون Song of Zion وقياس وعد الافكار والقيم الواردة في هذه الاغاني وارتباطها بالافكار الدينية اللوثرية التي قيل أنها كانت تسيء الى الكنيسة، مقارنة بتراتيل الكنيسة الرسمية كمرجع لمعرفة اتجاه هذه الاغاني.

راجع في ذلك:

Stone, Philip, J., op. cit P. 22.

المرتبطة بتحليل المحتوى كنظرية ومنهج لخصت في كتابهم **(لغة السياسة ١٩٤٩)**[١].

فقد كان متوسط البحوث التي استخدمت المنهج خلال العقدين الاول والثاني من هذا القرن هو ٥ر٢ بحثا في العام الواحد، ارتفعت خلال العقود الثلاثة التالية الى ٣ر١٣، ٨ر٢٢، ٣ر٤٣ بحثا في العام ثم ارتفعت بعد ذلك خلال الخمسينات الى حوالي مائة بحث سنويا.

ويؤكد الاتجاه المتصاعد نحو استخدام هذا المنهج وتطبيقاته في البحث في الجوانب المنهجية له، الدراسة التي اجراها باركوس **Barcus** عام ١٩٥٩ م حيث اجرى دراسة تحليلية كمية على ١٧١٩ بحثا ومرجعا في تحليل المحتوى نشرت خلال الفترة من ١٩٠٠ - ١٩٥٨ م بعد تصنيفها الى فئات لاغراض التحليل واستنتج منها ان الدراسات التحليلية للمحتوى تمثل اربعة اخماس هذه البحوث والباقي يهتم بالبحوث المنهجية، وان ثلاثة ارباع هذه الدراسات اعدت بعد عام ١٩٤٠.

ومن الملاحظ في بحوث تحليل المحتوى خلال هذه الفترة هو تزايد الاهتمام بالجوانب المنهجية التي لم تكن تزيد عن ٢٪ فارتفعت الى ٢٥٪، وأصبح هناك دراسة من كل ست دراسات تركز على المشكلات النظرية والمنهجية[٢].

وفي بداية النصف الثاني من القرن الحالي شهد صيف عام ١٩٥٠ م مؤتمرين عقدها مجلس لجنة بحوث علم الاجتماع **The Social Science Research Council's Commitee** كان محور اهتمامها هو تحليل المحتوى،

---

(1) Ibid. P.P. 22 - 26.

(٢) راجع في ذلك:

- Ibid P. 23.
- Holsti, Ole, R., op. cit P. 20.

وانعقد الثالث في شتاء نفس العام واستدل من خلال بحوثه استمرار زيادة الاهتمام بتحليل المحتوى وبالقيمة المطلقة لهذا المنهج[1].

وفي نوفمبر ١٩٦٧م انعقد المؤتمر القومي الامريكي لتحليل المحتوى The National Conference On Content Analysis وكان المؤتمر الاول الذي يخصص لهذا الموضوع منذ عام ١٩٥٥م نوقشت خلاله العديد من البحوث الخاصة بنظم تحليل المحتوى ومشكلات الاستدلال من مختلف انماط الاتصال، النماذج والفئات، والاساليب المختلفة لاستخدام تحليل المحتوى بواسطة الحواسب الالية، وقدم فيه ٢٥ بحثا في اكثر من اثني عشر ميدانا شملت اللغويات والاتصال وعلم السياسة والرياضة وعلم النفس والاجتماع وعلم النفس الاجتماعي والاعلان وعلم المعلومات والحواسب الالية[2].

وبصفة عامة فان الدراسات التاريخية لتحليل المحتوى تشير الى الاتجاهات التالية[3]:

- استخدام متزايد لهذا المنهج.
- اهتمام عال بالاتجاهات النظرية والمنهجية تظهر في العديد من الكتب والدراسات التي اهتمت بهذه الجوانب.
- تحليل للمشكلات المرتبطة بالتطبيق والأساليب المستخدمة في التحليل والعد والقياس ومستويات التحليل ومتطلباته.
- استخدام متزايد في اختبارات الفروض العلمية مقارنة بالبحوث

(1) Stone, Philip, J. op cit P. P. 30 – 31.

(2) Holsti, Ole, R., op. cit P. 22.

(3) Ibid P. 23.

الوصفية بحيث اصبح هذا الاستخدام يمثل مرحلة أكثر تقدما في مجال تحليل المحتوى[١].

- استخدامه مع مناهج وأساليب أخرى في البحوث الاجتماعية.
- ارتباط استخدامه المعاصر بالحواسب الآلية والالكترونية.

وتشير الدراسة التي قام بها **دنيس لوري Dunnis . T. Lowry** بعنوان «**تقويم للبحوث المنشورة في ٧ دوريات علمية في السبعينات**» التي قدمها في المؤتمر السنوي للجمعية الدولية للاعلام (I.C.A.) في شيكاغو ابريل ١٩٧٨م قام فيها بدراسة تقويمية لبحوث الإعلام والوسائل والطرق البحثية المستخدمة فيها والتي بلغت ٥٤٦ بحثاً في ٤٩ عدداً من الدوريات المنشورة خلال عام في الفترة من ٧٠ - ١٩٧٦م مستخدماً تحليل المحتوى، وأشارت الى أن الدراسات الخاصة بتحليل المحتوى بلغت ١٣٪ من مجموع هذه الدراسات بعد تصنيفها حسب المناهج والأساليب المستخدمة والتي بلغت احدى عشر فئة للمناهج والأساليب البحثية[٢].

وفي مصر نجد أن الدراسات الاجتماعية هي التي حققت السبق في الاهتمام بتحليل المحتوى باعتباره وسيلة من وسائل جمع البيانات في البحوث الاجتماعية معتمدة في ذلك على كتابات بيرلسون التي قدمها عام ١٩٥٢م، واستخدمته بداية في العديد من الدراسات الاجتماعية، كما ساهمت العلوم السياسية أيضاً في تقديم هذا المنهج والتعريف به واستخدامه .

---

(1) **Rapaport, Anatol.,** in Gerbener. George et al op. cit P. 30.

(٢) سمير محمد حسين: **تقويم البحوث الاعلامية**،الحلقة الثانية لبحوث الاعلام في مصر (القاهرة - المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية - ديسمبر ١٩٨٠م).

أما في مجال الدراسات الاعلامية فعلى الرغم من مرور أكثر من ثلاثين عاماً على بداية الاهتمام بها في الدراسات العليا بمعهد التحرير والترجمة والنشر، فان معظم الموضوعات التي تم تسجيلها في الخمسينات كانت تتعلق بتاريخ الصحافة والطباعة في مصر والعالم العربي معتمدة في ذلك على المنهج التاريخي دون استعانة بمناهج البحث الاجتماعي الا في القليل النادر، ولم يطرأ تغيير على هذه الدراسات في الستينات الا في اتجاه البحث التاريخي نحو تطور الفنون الصحفية، وفي السبعينات وبعد انشاء كلية الإعلام في ١٩٧٠ م (معهد الإعلام وقتئذ) بدأت الدراسات والبحوث الاعلامية تشمل الى جانب الصحافة وسائل الاعلام الأخرى، وبدأت تستعير أساليب الملاحظة فيما يتعلق بتحليل الوثائق وملاحظة الأفراد والجماعات وبدأ تحليل المحتوى يجد بين عدد من الباحثين في الإعلام قبولا بل حماساً بعد أن بدأ تدريسه في مرحلة البكالوريوس والدراسات العليا بالكلية[1] فاستخدم في أكثر من نصف الدراسات التي قدمت الى كلية الاعلام - جامعة القاهرة للحصول على درجات الماجستير والدكتوراه خلال هذه الفترة، وخلال هذه الفترة أيضا شاركت وحدة بحوث الرأي العام والاعلام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية بعدد من الدراسات الاعلامية استخدم تحليل المحتوى في ثلث هذه الدراسات تقريبا[2].

---

(١) خليل صابات: **الوضع الحالي للدراسات الاعلامية في مصر**، الحلقة الاولى. لبحوث الاعلام في مصر. المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٧٨ م.

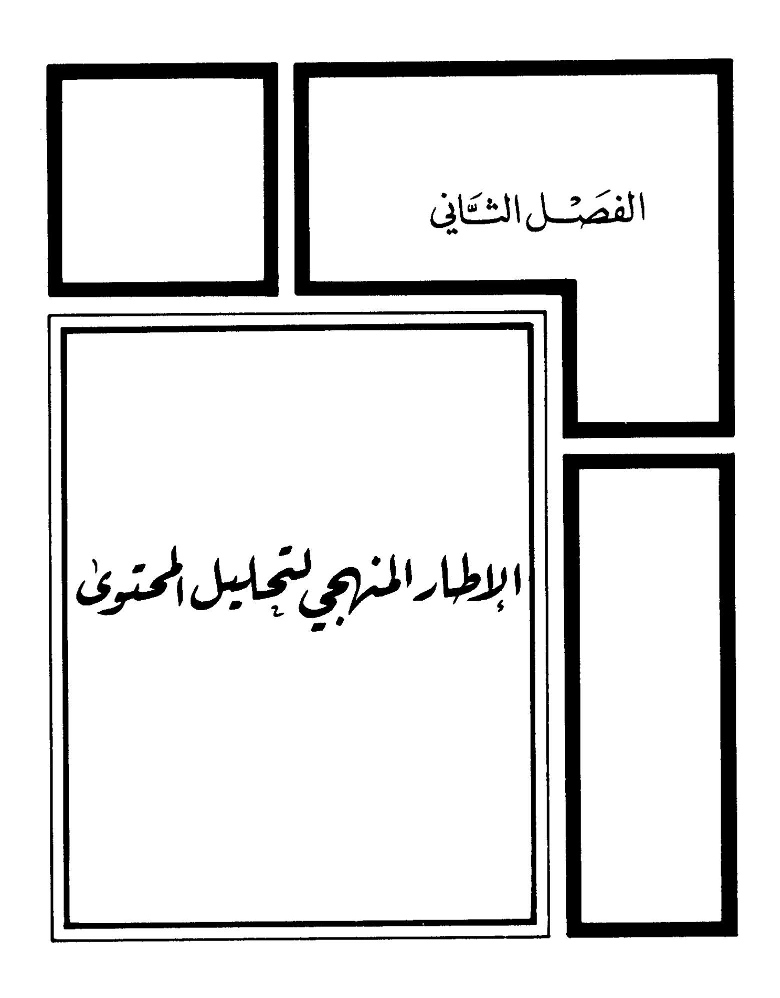
(٢) نادية سالم: **البحوث الاعلامية في مصر - دراسة في الكم والكيف**. نفس المرجع السابق.

ومما يلاحظ على تطور الاتجاه نحو تحليل المحتوى في مصر ما يلي:

- ان بداية الاقتراب منه كانت من خلال تعريفه بتحليل الوثائق، الذي استخدم في العديد من الدراسات الاجتماعية في الستينات.
- ان استخدامه في الدراسات والبحوث الاعلامية لم يبدأ الا مع بداية السبعينات.
- تزايد استخدامه بواسطة الباحثين والدارسين في الدراسات العليا في غياب تنظير منهجي متكامل للتعريف به واستخدامه في بحوث الاعلام، وربما تكون من أول الدراسات التي اقتربت من المنهج دراسة خليل صابات (نحو منهج لتحليل مضمون الصحف، بغداد ١٩٧٢ م)[١] والمذاكرات غير المنشورة في تحليل المضمون لجيهان رشتى ٧٢، ١٩٧٣ م لطلبة البكالوريوس والدراسات العليا بكلية الاعلام وكتاب مختار التهامي (تحليل مضمون الدعاية بين النظرية والتطبيق ١٩٧٤ م).
- ان التوسع في الاقتراب منه والتعريف به وبمشكلاته المنهجية كان من خلال الدراسات العليا والبحوث غير المنشورة لطلبة الماجستير والدكتوراه في تقديمهم للبحوث التي استخدمت المنهج.
- ان تحليل المحتوى في بحوث الاعلام أصبح يقترن بالتحليل الكمي وليس بالتحليل الكيفي أو الانطباعي، واقترانه بالتالي بالطرق والأساليب الاحصائية وان لم يصل بعد الى استخدام الحواسب الآلية في هذا المجال.

---

(١) خليل صابات: **نحو منهج لتحليل مضمون الصحف** (أبحاث نقابة الصحفيين - بغداد - ١٩٧٢ م).


الفصل الثاني
الإطار المنهجي لتحليل المحتوى

الإطار المنهجي لتحليل المحتوى

مع تطور علوم الاتصال الجماهيري بصفة عامة والاعلام بصفة خاصة، ظهرت الحاجة الى اجراء الدراسات والبحوث الخاصة بها، ودعت الى البحث في الجوانب المنهجية التي تتفق مع طبيعة هذه الدراسات وأهدافها، ولعل أقرب هذه الجوانب الى الباحثين تلك التي ترتبط بمنهج تحليل المحتوى الذي رسخت اجراءاته بتعدد الدراسات والبحوث التي استخدمته خلال العقود الخمسة الاخيرة من القرن الحالي.

الا أن الاتجاهات التاريخية للاستخدام والتعريف بهذا المنهج انعكست على النظرة اليه في العالم العربي، التي اكتفت لفترة طويلة بآراء علماء الاجتماع والسياسة التي لم تكن تنظر الى محتوى الاعلام الا كأداة مساعدة في تفسير الاحداث السياسية والاجتماعية.

ولعل أهم ما تكشف عنه هذه الظاهرة هو الخلاف الفكري حول التكييف المنهجي له، مما حد من الاعتماد عليه كمنهج أصيل من مناهج البحث في علوم الاتصال الجماهيري، وجعل الاقتراب المنهجي منه اقتراباً حذراً، أثر في طرح هذا المنهج واجراءاته للمناقشة، وصولا الى التحديد الامثل لموقعه من مناهج البحث العلمي وتأصيل اجراءاته المنهجية.

وفي اطار الحاجة الى الفكر النظري لبحوث الاعلام ومناهج البحث

والادوات المنهجية التي تتفق مع طبيعة الدراسات الاعلامية[1] يبحث هذا الفصل في التكييف المنهجي لتحليل المحتوى واجراءاته المنهجية بعد استعراض الخلاف حول هذا التكييف وبصفة خاصة في الدراسات العربية.

المبحث الأول
الخلاف حول التكييف المنهجي

تتصدر المشكلة الخاصة بالخلاف حول التكييف المنهجي لتحليل المحتوى وتحديد موقعه من مناهج وأدوات البحث العلمي المشكلات الخاصة بهذا المنهج وتطبيقاته في البحوث العربية، ويتركز الخلاف حول اعتباره منهجاً من مناهج البحث **Method** أم أسلوباً **Technique** لجمع البيانات وتنظيمها.

وعلى الرغم من ظهور هذا الخلاف في البحوث العربية الذي يعكس قدر الاهتمام بهذا المنهج واستخداماته، نجده لا يمثل اهتماماً في تراث تحليل المحتوى في الدراسات والبحوث الغربية التي تهتم باستحداث طرق وأساليب جديدة للخطوات الاجرائية في مرحلة التطبيق كالتصنيف والترميز وحساب المعاملات الاحصائية المختلفة أكثر من اهتمامها بتحديد موقع تحليل المحتوى من مناهج وأساليب البحث العلمي تحديداً دقيقاً، أو في سياق مناقشة الجوانب المنهجية لتحليل المحتوى واستخداماته، بل أكثر من ذلك ان استخدام مصطلح المنهج والاسلوب في الدراسة الواحدة للدلالة على تحليل المحتوى هو الشائع في معظم هذه البحوث والدراسات.

وعلى سبيل المثال نجد أن «بيرلسون» وهو من الرواد في استخدام

---

(1) Schramm, Wilbur., In Nafzigar Ralph; et al., op. P.P. 24 - 25.

تحليل المحتوى وتطبيقاته يشير اليه في تعريفه بأنه أسلوب البحث Technique بينما يقدم له في المقدمة بأنه منهج Method فيقول:[١]

«That method is calld content Analysis» واستخـــدم «بـــاد» مصطلح المنهج في عرضه للتعريف الذي قدمه كيرلنجر فيقول:[٢] «A method of Analsis... it is a method of observation» ويستخدم «ستون» مصطلح نظام تحليل المحتوى A system of content Analysis الذي يعتمد على اجراءات تحويل الاحكام الحدسية Intuitive Judgment الى قواعد واضحة، بحيث لا ينفصل هذا النظام في اجراءاتـــه عن الجهود السابقـــة لتطوير تحليـــل المحتوى كمنهـــج Method[٣].

ويستخدم هولستي مصطلح منهج Method في تقديه للتعريف الذي تبنـــاه[٤]... Abroad definition of the method will be adopted وهو منهج بحثي Research Method تطور خصيصا لبحث أي مشكلة يستخدم فيها المحتوى كأساس للاستدلال[٥].

ولذلك يعتبر من قبيل المبالغة الحكم بأن هناك خلافا في البحوث الغربية حول التكييف المنهجي لتحليل المحتوى، لان هذا الحكم لن يأتي الا من خلال الترجمات المجردة للتعاريف المستخدمة بعيدا عن دراسة الوظائف والاجراءات التي تتفق عليها معظم هذه الكتابات. ولكن الذي يبرز هذا الخلاف هو ارتباط المفاهيم بالدراسات الخاصة بمناهج

---

(1) Berlson, B, op. cit P. 13.

(2) Budd, Richard, W., et al., op. cit, P. 2.

(3) Stone, Philip. J., op. cit P. 5.

(4) Holsti, Ole, R., op. cit P. 14.

(5) Ibid P. 2.

البحث الاجتماعي التي تكاد تجمع على تصنيف تحليل المحتوى ضمن ادوات ووسائل جمع البيانات، وليس ضمن المناهج الرئيسية للبحث الاجتماعي التي تنحصر تقريبا في منهج المسح والمنهج التجريبي والتاريخي، وتستخدم الادوات والاساليب الرئيسية كالملاحظة والمقابلة والاستقصاء ودراسة الحالة ودراسة الوثائق.

وفي مصر يظهر الخلاف في تحديد موقع تحليل المحتوى من المناهج والادوات الرئيسية، سواء في مناهج البحث الاجتماعي او في بحوث الاعلام، وعلى سبيل المثال نجد ان **مختار التهامي** يطلق عليه «علم تحليل المضمون»[١] ويستخدم **ابراهيم امام** مصطلح المنهج في تناوله لتحليل المحتوى واجراءاته[٢]. ويعتبره **زيدان عبد الباقي** «المنهاج الرئيسي الذي يستخدم في البحث في مواد الاتصال بالجماهير ويجمع بين المنهاج التجريبي الذي يقوم بجمع البيانات التي يتناولها بالتحليل والمنهاج التاريخي الذي يحصل على مادته الخام من بطون التاريخ ومؤلفاته»[٣].

ويؤكد **سمير حسين** على أنه ليس منهجا قائما بذاته، وانما هو مجرد أسلوب أو آداة يستخدمها الباحث ضمن اساليب أخرى في اطار منهج متكامل هو منهج المسح في الدراسات الاعلامية، حيث يسعى الباحث اما الى مسح جمهور القراء أو المستمعين او المشاهدين أو مسح الرأي العام، أو مسح الوسائل الاعلامية، أو مسح المضمون[٤].

---

(١) مختار التهامي: **تحليل مضمون الدعاية بين النظرية والتطبيق** (القاهرة - دار المعارف - ١٩٧٤ م) ص١٠.

(٢) ابراهيم امام: مرجع سابق، ص١٣ - ٣٠.

(٣) زيدان عبد الباقي: **وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والادارية والاعلامية** ط ٣ (القاهرة - النهضة المصرية - ١٩٧٦ م) ص٤٨٩.

(٤) سمير حسين: **تحليل المضمون**: (القاهرة - عالم الكتب ١٩٨٣ م) ص٢٠.

ويعتبره **جمال زكي والسيد يس** أسلوبا لتحليل المادة التي تقدمها وسائل الاتصال، حيث يعتبرا مضمون وسائل الاتصال ذاته من بين مصادر البيانات[1] ».

ويصنفه **عبد الباسط محمد حسن** على أنه وسيلة من الوسائل الاخرى لجمع البيانات، لحصول الباحث على ما يلزمه من معلومات بتحليل محتوى المادة التي تقدمها وسائل الاتصال الجمعي والمجلات والكتب وأفلام السينما وبرامج التليفزيون[2].

ويجمع **محمد الجوهري** بين الاستخدامين «فيمكن استخدام هذه الطريقة كمنهج أولي في بعض الوظائف، كما يمكن استخدامه كأداة مساعدة بجانب المناهج الاخرى المباشرة للبحث الاجتماعي »[3].

وقد يعتقد أن هذا الخلاف لا يمثل أهمية كبيرة في بحوث الاعلام، لكنه لا يمكن تجاهل تأثير هذا الخلاف على جرأة الباحث في الاقتراب من المشكلة البحثية في مجالات الاعلام واختيار المنهج الذي يتفق وطبيعتها، بالاضافة الى أن الخلاف ينعكس على تحديد الباحثين للخطوات الاجرائية وعرض نتائج التحليل وتفسيرها.

ومن خلال استعراض تراث تحليل المحتوى يمكن الخروج بالنتائج الآتية حول الخلاف في تحديد موقعه من مناهج وأدوات البحث في العلوم الانسانية والاجتماعية.

١ - على الرغم من دعوة ويلبور شرام المبكرة للبحث في مناهج بحوث الاعلام وأدواتها بما يتفق مع طبيعتها، فاننا لم نقترب بعد

(١) جمال زكي والسيد يس: مرجع سابق ص٣٧٠.
(٢) عبد الباسط محمد حسن: مرجع سابق ص٤٠٣.
(٣) محمد الجوهري وعبد الله الخريجي: **طرق البحث الاجتماعي** (القاهرة ١٩٧٨م) ص.ص ١٧٣ - ١٧٤.

من هذه المرحلة الاقتراب الكافي الذي يملأ الفراغ الملموس في مجال مناهج بحوث الاعلام، والنظر باهتمام الى هذا المجال الذي يفيد الباحثين في تطوير البحوث الاعلامية والإطار النظري لعملية الاعلام وتطبيقاتها وبصفة خاصة في الدول النامية.

٢ - من الواضح أن النظرة الى تحليل المحتوى تأتي من خلال المنظور الخاص بكل علم من العلوم الانسانية، ولعل هذا هو السبب في اكتفاء علماء الاجتماع والعلوم السلوكية بالنظر اليه كأداة مساعدة، حيث تعتبر مواد الاعلام بيانات مساعدة لتحقيق الظواهر السلوكية.

٣ - لعل الخلاف في مصر ينتج من الترجمة الحرفية لمصطلح Technique أسلوب، الذي استخدمته الدراسات الغربية في بعض منها، وقد أوضحنا ان الدراسات الغربية تستخدم كلا من مصطلحي المنهج Method والاسلوب في الدراسة الواحدة للدلالة على تحليل المحتوى، بل انهم يستخدمون مصطلح المنهج في تقرير الطرق الاحصائية وحساب المعاملات وهو ما يعني الطريقة التي يتبعها الباحث في هذه الامور. «ومن الواجب ان نشير الى ان بعض كتب البحث العلمي تستخدم كلمة أسلوب للدلالة على كل من النوع والاداة والمنهج»[١].

٤ - من الملاحظ أن تراث تحليل المحتوى يرتبط بالاسلوب الكمي لتصنيف البيانات وترميزها وتفسير النتائج، كتطوير للاسلوب الانطباعي أو الكيفي في هذا المجال، الذي لم يعد يلقى اهتماما من الباحثين في استخدامه، وبالتالي لم يدخل الاخير دائرة النقاش.

---

(١) أحمد بدر: **أصول البحث العلمي ومناهجه** ط ٦ (الكويت - وكالة المطبوعات ١٩٨٢ م) ص ٣٦.

٥ - غياب النظرة الاعلامية في تحليل المحتوى من خلال الاطار المنهجي، رغم التوسع في استخدامه في السنوات الاخيرة وبصفة خاصة في مصر.

ومع اعترافنا بوجود الخلاف في الكثير من الجوانب في تحليل المحتوى، الا أن هذا الخلاف هو جزء من كل الذي يشمل خلافا في الكثير من القضايا المنهجية، التي لم يستقر الاتفاق عليها بعد في علم المناهج Methodology* بالاضافة الى الخلاف حول المفاهيم والمحددات الاساسية لعلوم الاتصال الجماهيري والاعلام.

المبحث الثاني

التكييف المنهجي لتحليل المحتوى

أصبح من المتعارف عليه أن مناهج البحث ليست أشياء جامدة غير قابلة للتطوير والتجديد، بل أصبح التطوير فيها من المبادىء المسلم بها بما يتفق مع مقتضيات العلم المتجددة، والا أصبحت عبئا ومصدرا للضرر، فلا يوجد منهج لا يفقد في النهاية خصوبته الاولى، ولا بد أن توجد لحظة يشعر فيها المرء بأن الروح العلمية لا يمكن ان تتقدم الا بالتغير في المناهج العلمية وايجاد مناهج جديدة تتفق مع تقدم العلم

---

* من الامثلة على ذلك «دراسة الحالة **Case Study**» وهل هي منهج بحثي أو وسيلة لجمع البيانات وكذلك الطرق الاحصائية التي تعتبر منهجاً في بعض التصنيفات بينما لا تعتبر في باقي التصنيفات سوى وسيلة لمعالجة البيانات.

انظر بالتفصيل:

- عبد الباسط محمد حسن، مرجع سابق ص.ص ٢١٠ - ٢٢٠.
- جمال زكي والسيد يس، مرجع سابق ص.ص ٢٦٥ - ٢٦٧.

وحاجاته[١]، وقد فرض التغير الفكري المستمر والتغير في المعلومات أيضا، صياغة قواعد واجراءات واضحة لتطوير مناهج وأساليب جديدة تتفق مع هذه التغيرات[٢].

والمتتبع لبحوث الاعلام بصفة عامة يجد أنها تتميز بحداثة النشأة، وظهورها في أحضان بعض العلوم الاخرى كالعلوم السياسية والسلوكية، الامر الذي فرض عليها نطاقا ضيقا لا يتميز بالطابع الذي تميزت به العلوم الاخرى خلال فترة نشأتها وتطورها، الا أن تطور علوم الاتصال الجماهيري بصفة عامة والاعلام بصفة خاصة واتساع اطار المعرفة الخاص بها في النصف الثاني من هذا القرن، دعا الى تنظيم هذه المعرفة من خلال البحوث والدراسات المنظمة والتي بدأت بالصحافة في الثلاثينات وامتدت لتشمل كل وسائل الاعلام لفهم الابعاد المختلفة للعملية الاعلامية، حيث أصبح من مسؤولية علماء الاتصال دراسة الاتصال الجماهيري بمعرفة تنظيم مؤسساته ومركزها الاجتماعي وجمهورها ومسؤولياتها وطبيعة التأثير واختيار الوسائل الملائمة وطبيعة كل وسيلة ونوع الجمهور ومشكلة نقل المعاني والرموز من خلال البحوث والدراسات التي اتخذت في البداية اسم البحوث الصحفية Journalism research وان كانت تعني بداية بحوث الاعلام والاتصال الجماهيري Mass Communication Research [٣].

وهذه الامور زادت من قدر الحاجة الى بحوث الاعلام وتطوير أدواتها، باتساع مجالاتها لتشمل كل جديد من مجالات المعرفة فيها،

---

(١) عبد الرحمن بدوي: مرجع سابق، ص.ص ١١، ١٢.

(2) Nachmias & David, Chava., Research Methods in **The Social Science.**, 2 ed (New York, St. Martin's press 1981) P. 15.

(3) Schramm, Wilbur., op. cit P. 5.

وزادت أيضا من الحاجة الى الاستقلال بمناهج وأدوات متطورة تتفق مع طبيعة علوم الاتصال الجماهيري وبياناتها.

ولما كان تحليل المحتوى من الادوات المنهجية التي ساهمت منذ البداية في تنظيم المعارف المرتبطة بجوانب العملية الاعلامية وأبعادها، واتسع استخدامه بعد ذلك بشكل ملموس من خلال خطوات منهجية منتظمة تم تطويرها على مر العقود الخمسة الماضية، فان ذلك يتطلب النظر الى تحليل المحتوى بنظرة أوسع وأعمق تتفق مع الاستخدامات المتعددة في بحوث الاعلام وأهدافها، وبصفة خاصة بعد ظهور الاتجاه الجديد في تحليل المحتوى الذي لا يكتفي من التحليل بهدف وصف المحتوى الظاهر، ولكن للحصول على معلومات أولية عن موقف الاتصال والخروج بتنبؤات عن المصدر..... والمستقبل...فهو لا يهتم بالرسالة فقط ولكن بكل الاسئلة المرتبطة بعملية الاعلام وتأثيراتها.. والتي لم يقدم السابقون اجابة عليها[1].

وهذا يعني بمفهوم العملية المنهجية وجود متغيرات في الظاهرات التي استخدم ويستخدم فيها تحليل المحتوى بخلاف محتوى الرسالة في حد ذاته، وهذه الاستخدامات يجتمع فيها مقومات المنهج العلمي وتتخطى حدود الاسلوب الذي يهتم بجمع وتنظيم البيانات.

فبجانب شروط الموضوعية والتنظيم والتعميم التي تقرها كل التعريفات التي تناولت المنهج فان هناك مقومات اخرى تتفق مع الهدف من تقرير مناهج علمية تنظم اجراء البحوث في المجالات العلمية المختلفة، منها:

---

(1) Budd, Richard, W., et al., op. cit P. P. 2/5.

١ - صلاحية المنهج لتحقيق الفروض العلمية:

فالمنهج العلمي هو آداة اختبار الفروض ويقع عليه عبء تطويرها وتحقيقها[١]، وبالتالي فان اختلاف المناهج هو في اختلاف طرق تحقيق هذه الفروض التي تبدأ من خلالها النظرة العلمية الى الروابط المتشابكة والمعقدة في الظاهرة وتصور الحلول والعلاقات التي يمكن أن تتأيد من خلال المنهج العلمي.

وفي العملية الاعلامية يمثل محتوى الرسالة متغيرا تعبر سماته عن ديناميكية العملية وأهدافها وتأثيرها. ولذلك فان الاستدلال عن عناصر العملية يبدأ أولا من تصور العلاقة بين هذه العناصر والسمات الخاصة بالمحتوى في ظروف معينة، وهو ما يعبر عنه بالفرض العلمي في المشكلات الاعلامية التي يهتم بدراستها منهج تحليل المحتوى، ويمكن اختبار هذا التصور الذي يصيغه الاطار المعرفي للباحث من خلال هذا المنهج، فيقع الاستخدام أساسا على متغير المحتوى وسماته للوصول الى الاستدلالات التي تحددت أطرها مسبقا في الفروض المطروحة.

وكما سبق أن ذكرنا يعتبر استخدام تحليل المحتوى في اختبار الفروض العلمية أحد الاتجاهات المعاصرة والشائعة في العلوم السلوكية بصفة عامة وبحوث الاعلام بصفة خاصة، ويؤكد كارني Carney بأن أفضل استخدام لتحليل المحتوى هو في اغراض التحقيق المنهجي Methodical Investigation واكثر في اختبار الفروض - To Test - Hypotheses وتسهيل عملية الاستدلال واستخراج النتائج Facilitating Inference[٢].

ولا يقلل من أهمية هذا الاستخدام ما يوجه الى المنهج من

---

(1) Nachmias & David, Chava., op. cit P. 15.

(2) Carney, Thomas, F., op. cit P. 66.

اعتراضات تتصل بصدق وثبات النتائج، ذلك ان الاستخدامات العديدة لهذا المنهج في بحوث الاعلام قدمت العديد من الطرق التي يمكن بها اختبار الصدق والثبات خلال مراحل عملية التحليل وقبل تفسير النتائج - كما سيأتي ذكره بعد - وهذه الطرق تمثل جهود الباحثين لسد الثغرات التي كانت تظهر في الاستخدامات المبكرة لهذا المنهج، وتقرير صلاحية الاستخدام كمنهج بحثي يصلح في تحقيق الفروض واختبارها شأن المناهج الاخرى.

ومما لا شك فيه أنه مع شيوع استخدامه في الفترة التي واكبت تطور النظرة العلمية الى علوم الاتصال الجماهيري والاعلام ومحاولة تنظيرها في المجالات المختلفة يمكن ان نقرر ان هذا المنهج كان له دور كبير في الخروج بهذه النظريات التي لم تكن في البداية سوى فروض أو تصورات ساهم هذا المنهج بدور كبير في اختبارها بجانب مناهج البحث الاخرى، وفي حدود النظرة - وقتئذ - الى امكاناته في تحقيق الفروض واختبارها.

٢ - صلاحية المنهج لتفسير الظاهرات الاعلامية:

يتفق علماء البحث الاجتماعي على أن الهدف الاساسي للبحث العلمي هو ان يتخطى مجرد وصف الظاهرات الى تقديم تفسير لها، حيث لا يقتنع الباحث بتسمية الظاهرة او تصنيفها أو وصفها، ولكنه يسعى الى معرفة الاسباب الكامنة وراء حدوث الظاهرة، حتى يمكنه صياغة تعميمات قابلة للتحقيق والاختبار تفسر كيف تعمل المتغيرات في هذه الظاهرة والظاهرات الاخرى المشابهة[(١)].

وهذا هو السبب الذي دعا الاتجاه الاستدلالي في التحليل الى أن

---

(١) ديوبولد فان دالين: **مناهج البحث في التربية وعلم النفس**، ترجمة محمد نبيل نوفل وآخرين (القاهرة - الانجلو المصرية - ١٩٦٩ م) ص ٦٩.

يتخطى هدف تحليل المحتوى مجرد وصف الرسالة وسماتها الى الاستدلال وتقديم تفسيرات لعناصر العملية الاعلامية وعلاقاتها الديناميكية، حيث يمكن من خلال الرسالة ومحتواها الاستدلال الصادق حول الاسباب، والمصدر وتأثيرات الاعلام[١].

وبانتقال المنهج بهذا الهدف من مرحلة الوصف المجرد للسمات الخاصة بالمحتوى الى مرحلة التفسير والاستدلال، يكون قد تكيف ليعمل على تحقيق اهداف البحث العلمي التي تسعى المناهج العلمية اليها، وصولا الى المراحل المتقدمة في البحث العلمي وهي التنبؤ والضبط. فتحليل المحتوى يجب أن يفهم أساسا على انه عملية عزل خصائص فكرية معينة والبحث عن مصادرها، وعن تكرارها، وعن علاقاتها الارتباطية بغيرها من الحقائق التي تدور حولها الرسالة موضع التحليل[٢]، وهذا كله مشروط بدقة وثبات عملية التحليل حتى يمكن التفسير من خلال النتائج بطريقة صحيحة.

واذا كانت بحوث الاعلام في مصر والوطن العربي تقف الآن عند حدود وصف الظاهرات الاعلامية فقط، فذلك لان هذه البحوث في مصر ما زالت في المرحلة الارتيادية، ولا يقلل ذلك من اهمية المناهج المستخدمة فيها، أو التشكيك في صلاحيتها لتحقيق اهداف البحث العلمي بصفة عامة[٣].

٣ - صلاحية المنهج للتنبؤ:

وفي اطار اهداف البحث العلمي، فان قيمة التفسير ترتفع اذا ساعدت الباحث على التنبؤ بحركة المتغيرات وعلاقاتها في ظروف معينة.

---

(1) Holsti, Ole, R., op. cit P.P. 28 - 37.

(٢) حامد ربيع: مرجع سابق ص١٩٨.

(٣) محمد عبد الحميد: **التحليل الكمي للمحتوى في بحوث الاعلام**، مرجع سابق، ص ٢١.

وفي مجال تحليل المحتوى فان الباحث - على سبيل المثال - اذا توصل من خلال التفسير الى الدوافع والاسباب، او التأثيرات الخاصة بالمحتوى من خلال سماته في ظروف معينة فانه يمكن التنبؤ بالطريقة التي سوف يتم بها تحرير المحتوى، او يتصرف بها المصدر، او يستقبل بها الجمهور محتوى الرسالة في نفس الظروف في حالة تكرارها.

وفي هذه الحالة يصبح التفسير هو الطريق الى صياغة التعميمات - التنبؤ - التي سوف تعمل بها الظاهرات في المستقبل، والتي يمكن ان ترتفع الى مستوى النظريات بما يثري العلم بصفة عامة.

وهذا هو جوهر استخدام تحليل المحتوى في تأمين المخابرات وأعمالها ومهامها الدولية، وتأمين ردود أفعال الجماهير ازاء تكرار المعاني في الرسائل الاعلامية، ويعتمد عليه المصدر في صياغة المعاني التي تستهدف اهدافا معينة عند تخطيط السياسة الاعلامية، وهو التحكم في الرسالة كمتغير يعمل على تحقيق اهداف معينة في ظل ظروف معينة.

ومع اتفاقنا بتوافر شرط الموضوعية من خلال الاستخدام الكمي في التحليل كشرط من شروط الاستخدام المنهجي، والتجريد **Abstraction** الذي يحققه هدف الوصف والتفسير ويقصد به استنباط الخواص أو الصفات التي تتميز بها الظاهرات أو الاشياء بحيث تدرك بالعقل لا بالحواس، وامكانية التعميم من خلال النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء الفروض والاطار النظري للمشكلات بعد تأمين الصدق والثبات كخطوات منهجية تدخل ضمن نظام تحليل المحتوى المنهجي، مع اتفاقنا بتوافر هذه الشروط كمقومات منهجية، فاننا نكون بصدد منهج بحثي مستقل يصلح للاستخدام في بحوث الاعلام، ويحقق اهداف البحث العلمي في مجالاتها، ويتفق مع المفاهيم الاصطلاحية والاجرائية للمنهج*

* المنهج في البحث العلمي هو الطريقة التى يسلكها الباحث للاجابة على الاسئلة التي =

Method ويتخطى التعريف المفهومي للاسلوب Technique في مجالات البحث العلمي الذي يشمل الاجراءات المحددة التي يقوم بها الباحث لجمع وتنظيم المادة، مثل المعالجة الاحصائية وأسلوب بناء المجالات، واجراءات تأمين الصدق والثبات(1).

وازاء ما سبق مناقشته فاننا نرى:

١ - ان تصميم خطوات منهجية تبدأ من الاطار النظري للمشكلة وصولا الى النتائج وتحقيق اهداف البحث العلمي يتفق مع مفهوم وتعريف المنهج في البحث العلمي.

٢ - ان استخدام المنهج لا يمنع من استخدام اساليب متعددة ومختلفة في اطاره تختلف تبعا لطبيعة البحث ومهارات الباحث في جمع وتنظيم المادة.

٣ - ان تراث تحليل المحتوى يؤكد على ارتباط مفهوم الاسلوب بالطريقة الكمية للتحليل في مواجهة الطريقة الكيفية او الانطباعية التي سادت لفترة قبل استخدام التحليل الكمي -

---

= تثيرها المشكلة موضوع البحث، أو هو الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل الى نتيجة معلومة... وهو نظام من القواعد والاجراءات المنظمة الواضحة التي يؤسس عليها البحث تجاه متطلبات تقويم المعرفة... وهو خطوات منتظمة يتبعها الباحث في معالجة الموضوعات التي يقوم بدراستها الى أن يصل الى نتيجة معلومة، وبهذا يكون في مأمن من أن يحسب صواباً ما هو خطأ أو العكس.

أنظر بالتفصيل:

- عبد الرحمن بدوي: مرجع سابق، ص٥.
- عبد اللطيف محمد العبد، مرجع سابق، ص٣٠.
- Nachmias &, David & Chava op. cit P. 15.

(1) Goode, William, J & Hatt, Pool, K., **Methods in Social Research** (New York, Mc Graw - Hill book Company 1952) p. 5.

فالحديث عن البحوث الكمية ظهر كاتجاه من البحوث الكيفية التي سادت منذ اكثر من ٣٠ عاما -[١] أي أن الطريقتين هما أسلوبان لمنهج واحد هو تحليل المحتوى وللباحث أن يختار أي من الاسلوبين لتحقيق فروضه البحثية، ولكن مع الاتجاه الى الضبط الكمي في البحوث العلمية بصفة عامة ومنها السلوكية، أصبح تحليل المحتوى يفهم ضمنا على انه التحليل الكمي.

وكما سنرى بعد فان تصميم اجراءات المنهج تضم في مراحلها - وهي التحليل المبدئي - تحليلا كيفيا، يستفاد به في المراحل الاجرائية المختلفة في التحليل وتفسير النتائج، لا يدع مجالا للتفرقة تبعا للاسلوب المستخدم والاتفاق على منهجية الاسلوب الكمي بخطواته التي تحقق اهداف البحث في مجالات الاعلام.

٤ - ان الخطوات المنهجية تضم فيما بينها استخدام أدوات لجمع البيانات - مثل تصميم استمارة التحليل - من مصادر البحث واطاره الوثائقي، وأساليب للمعالجة الاحصائية التي تتفق والاستخدام المعاصر لتحليل المحتوى، وهذا لا يتوفر الا في المنهج الذي يضم اساليبا وأدوات تهيء للباحث الوصول الى النتائج بدقة كبيرة وبأقل جهد ووقت ممكن، وهذه الاساليب والادوات يستخدمها الباحث بما يتفق والمشكلة التي يقوم بدراستها في اطار النظام المنهجي ومراحلة المتتالية.

٥ - ان استخدامه - كأسلوب أو آداة في اطار منهج المسح، يؤكد على الصفة المنهجية له عندما يتعامل مع المادة الاعلامية ويستهدف مسح المحتوى فيعرف ضمنا بأنه «منهج مسح المحتوى»

(1) Schramm, Wilbur,. op. cit P. 11.

ولان عملية المسح في هذه الحالة هي المرادف لعملية التحليل، فلن يغير اسمه من وصفه كمنهج قائم بذاته لمسح المحتوى، وليس كأسلوب أو آداة فقط، خاصة وان دوره لم يتوقف عند حدود جمع وتنظيم المادة، ولكنه يستهدف تحقيق وظائف المنهج العلمي مثل التفسير والتنبؤ والاستدلال في اطار الحركة والتفاعل بين عناصر العملية الاعلامية، بالاضافة الى استخدامه بتوسع في تحقيق الفروض العلمية.

٦ - ان استخدامه مع مناهج اخرى لبحث ظاهرة ما في مجالات العلوم الاجتماعية والنفسية والانسانية عموما، لا يعني أنه انتقل الى مستوى الاسلوب أو الاداة، لكنه يحتفظ بتأصيله المنهجي مع اعترافنا بالاتجاه الى استخدام اكثر من منهج لبحث ظاهرة واحدة، خاصة وان علوم الاتصال ترتبط بأكثر من علم من العلوم الانسانية وليست منعزلة عنها، وهي سمة العلوم الانسانية بصفة عامة التي يصعب الفصل الكامل بين معارفها ووسائل بحثها... وعلى هذا الاساس فانه يمكننا استخدام عدة مناهج في اعداد بحث ما، خاصة وأن المنهج العلمي هو جملة العمليات العلمية التي يقوم بها الباحث منذ بداية بحثه حتى نهايته من اجل الكشف عن الحقيقة او البرهنة عليها[1].

ومن خلال مناقشة المقومات المنهجية لتحليل المحتوى، نرى ان تحليل المحتوى هو أحد المناهج المستخدمة في دراسة العملية الاعلامية، وتعريفه كالاتي:

(١) نواف عدوان: **بحوث المستمعين والمشاهدين في الوطن العربي، الواقع والآفاق** - ندوة **مناهج البحث العلمي في مجال الاذاعة والتليفزيون في الوطن العربي** (المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين - اتحاد اذاعات الدول العربية - تونس - سبتمبر ١٩٨٢ م) مجلة البحوث (المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين - بغداد) - العدد السابع - ديسمبر ١٩٨٢ م، ص٣٦.

مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى الى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى.

ويتوفر في سياق هذا التعريف، ما يتفق مع رؤيتنا للجوانب الاصطلاحية والاجرائية لعملية التحليل واهدافها ومستوياتها كالاتي:

- يركز التعريف على انه مجموعة الخطوات المنهجية، وتعني ضرورة وجود اجراءات واضحة تقود الباحث الى تقرير النتائج بشكل منهجي ومنظم يتفق مع القواعد العامة للبحث، وتستقل بسماتها الخاصة التي تتفق ومتطلبات عملية تحليل المحتوى.
- ينظر التعريف الى المحتوى كجزء من العملية الاعلامية ويعمل في اطار حركتها، وهذا يفترض وجود علاقات ارتباطية للمحتوى بعناصر العملية الاعلامية (المرسل - المستقبل - الوسيلة - التأثير - رد الفعل) وهذه العلاقات الارتباطية هي التي تؤثر في صياغة سمات المحتوى الظاهر، وتكون محلا لوضع الفروض العلمية التي تبحث في علاقة المحتوى وسماته كمتغير بالمتغيرات الاخرى كمفاهيم تطبيقيه لعناصر العملية الاعلامية.
- يحدد التعريف اهداف عملية تحليل المحتوى في اكتشاف المعاني الكامنة للمحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني. وهذه تتفق مع مفهوم - الاستدلال والتنبؤ عن حركة العملية الاعلامية وعناصرها وتأثيراتها الذي ساقته تعاريف الاتجاه الحديث في تحليل المحتوى.
- ان التعريف يفترض ضرورة البحث في المحتوى الظاهر كبداية، لان مطلب الموضوعية لا يمكن تحقيقه بدقة الا من خلال المحتوى الظاهر، حيث يصعب تصور خضوع النوايا والدوافع والاتجاهات

الكامنة في المحتوى للعد والقياس في البداية، على ان تتم عملية الاستدلال والكشف عن المعاني الكامنة من خلال التفسيرات المرتبطة بالنظم السلوكية والاعلامية ونظرياتها.

- يقرر التعريف بوجود مستويين للبحث تبعا للاهداف، الاول وهو الذي يحقق هدف وصف المحتوى الظاهر، والثاني الذي يحقق هدف الاستدلال من خلال النتائج، وفي المراحل الارتيادية للبحث فانه يمكن الاكتفاء بالوصف كهدف من اهداف تحليل المحتوى.

- ان التعريف في سياقه لهدف اكتشاف المعاني الكامنة والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني يفترض ان التعبير عن هذه المعاني وعلاقاتها لن يتم الا من خلال المعاني الكيفية التي يجب ان تكون مساوية تماما للنتائج الكمية، وهذه المعاني تتفق مع ما يقصده المرسل وما يفهمه المستقبل تحت ظروف معينة. وبهذا يقوم التعريف في سياقه على وجوب توفر البعد الكمي والكيفي لعملية التحليل في وقت واحد، وتحقيق اهدافها مع تأمين صدق وثبات النتائج.

ويستدعي تطبيق هذا التعريف اقتراح النظام المنهجي (نظام العمل) الذي يوفر تتابع خطواته شرط المنهجية والموضوعية في العمل البحثي.

المبحث الثالث
النّظام المنهَجي لِتحَليل المحتوى

قدمنا أن المنهج هو الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد، أو نظام من القواعد والاجراءات أو خطوات منتظمة، توجه سير العمل البحثي وتحدد عملياته حتى يصل الباحث الى نتيجة، ونظام القواعد والاجراءات هذه تختلف من منهج

الى آخر وتحدد سماته، وهي ما يطلق عليها النظام المنهجي Methodical System أو التصميم المنهجي Methodical Designe ، الذي يشمل مجموعة من الخطوات المتتابعة التي تحدد سير العمل البحثي للوصول الى النتائج.

والنظام المنهجي لأي منهج يجب أن تتوفر فيه مجموعة من المقومات تتمثل في الاتي: -

- الاتفاق مع خطوات البحث العلمي بصفة عامة ابتداء من الاحساس بالمشكلة، الى مرحلة تقرير النتائج، باستثناء ما يميز المنهج من سمات نظرية وتطبيقية تفرق بين كل منهج وآخر.
- أن يوفر الاختبارات اللازمة لتحقيق الدقة والموضوعية وهي ما يطلق عليها اختبارات الصدق Validity والثبات Reliability .
- أن يوفر للباحث الادوات المنهجية Tools التي يمكن استخدامها في جمع البيانات بطريقة منتظمة ودقيقة.
- أن يوفر للباحث المرونة اللازمة للتعديل والتغيير بما يتفق وطبيعة المشكلة والبيانات المتاحة والظروف المحيطة بالعمل البحثي، وذلك من خلال تعدد الاساليب التي يتعامل بها الباحث مع هذه البيانات.
- أن يوفر للباحث الوصول الى النتائج بأقل جهد ووقت ممكن.

ويشير تراث تحليل المحتوى على أن أهم ما يميز هذا المنهج هو المراحل الخاصة بالتصنيف والترميز والعد والقياس - التي بذلت جهود عديدة في سبيل تأصيل بعض خطواتها الاجرائية - باستخدام ادوات منهجية للتحليل يعدها الباحث لهذا الغرض، وتفسير النتائج الكمية في ضوء الفروض والتساؤلات المطروحة.

وفي حدود المقومات الخاصة بالنظام المنهجي الذي يحقق وظائف

المنهج واستخدامه، ومن خلال الاراء المشتركة للباحثين في مجال تحليل المحتوى والبحوث التطبيقية الخاصة به، فان النظام المنهجي لتحليل المحتوى يتمثل في مجموعة الخطوات المنهجية للنموذج المقترح في الشكل رقم (١) والذي تقدم الفصول التالية شرحا تفصيليا له.

وبما يلاحظ على النظام المنهجي الذي يوضحه النموذج المقترح ما يلي:

- ان التحليل المبدئي هو عبارة عن تحليل كيفي لعينة أصغر من المحتوى يستهدف تصور العلاقات الفرضية أو طرح التساؤلات، وتقرير نظام المعاينة، بالاضافة الى تقرير النظم والاساليب الخاصة بالتصنيف والترميز وتحديد أساليب العد أو القياس وتصميم استمارات التحليل.
- ان هـذا النظـام يوفر في اطـاره الخطوات الخـاصـة بـاجراء الاختبارات المنهجية لتحقيق دقة وموضوعية الاجراءات والنتائج وهي اختبارات الثبات والصدق.
- تعتبر استمارات التحليل من الادوات المنهجية لجمع البيانات عن السمات الظاهرة للمحتوى.
- ان النظام او التصميم المنهجي يوفر في عملية التحليل البعد الكيفي والكمي في مرحلتي التحليل المبدئي والنهائي.
- ان التفسير الكيفي للنتائج الذي يستهدف استدلالات والتنبؤ يخرج بـالمنهـج عن حـدود الوصـف الاحصـائي الـذي يرتبـط بالاستخدامات الكمية وحدها.

اعتراضات على المنهج:

يرتبط بحداثة هذا المنهج وتطبيقاته العديد من الاعتراضات تختص بالحدود الممكنة لاستخدامه في الوصول الى استدلالات صادقة، خاصة وأن الوثائق لا تعبر تعبيراً صادقا عن السياسات والوقائع التي لا تعلن رسميا، أو تعدل قبل النشر أو الايداع[1]، وهذا الاعتراض لا يوجه

(1) Holsti, Ole, R., op. cit P. 129.

الى المنهج بقدر ما يوجه الى الرسالة أو المحتوى ذاته في ظل الظروف التي انتجت فيها الوثائق، ففي ظل الظروف المقيدة للاعلام وحرية التعبير لن ينجح منهج تحليل المحتوى أو غيره من المناهج في التسجيل الصادق لسمات المحتوى والاستدلال من خلال عملية التحليل.

وهناك اعتراض آخر يرتبط بحدود النتائج، وذلك أن التحليل لن يفيدنا في الحكم على صلاحية العمل (الرسالة والمحتوى) ولكنه فقط يخبرنا بما اذا كان هناك تغيرات في النماذج، وعلى سبيل المثال لن يخبرنا ما اذا كانت الصحيفة مدمرة او مخربة ولكنه يخبرنا بالتغير الذي يطرأ على محتواها طبقا للسياسة الحزبية[١].

ومع اعترافنا بحدود التحليل في هذا المجال، الا أن هذا مرهون بتحليل العمل الواحد أو الوثيقة الواحدة للحكم على صلاحية العمل أو التقرير بالاتجاه، ولكن من خلال المقارنة المنهجية خلال الاطار الوثائقي أو الاطار الزمني، فاننا يمكن أن نقرر بالاتجاه واتفاقه مع السياسات العامة وتقرير صلاحية الوثيقة أو المحتوى من خلال معرفة مستويات الاتفاق والتباين، ومستويات استخدام الرموز المختلفة في بناء المحتوى، وفكرة المقارنة المنهجية هي فكرة مستخدمة في معظم بحوث تحليل المحتوى لتحقيق اهداف متعددة منها الاستدلال الصادق حول العلاقة بين الرموز والمعاني وبين المدركات من خلال تحليل رسائل المرسل واتجاهات القراء حيالها أو الوقائع والاحداث التي تتخذ معيارا لتحقيق صدق الاستدلال وهذه الامور تعتبر كافية للحكم على دور الرسالة وصلاحيتها في المجتمع.

وهناك مجموعة أخرى من الاعتراضات المردود عليها، منها ما يرتبط بأهمية التحليل الكمي في مواجهة التحليل الكيفي والانطباعي

(1) Lasswell, Harold, D., **The Prestige press.**, op. cit P. 37.

وهو ما سبق أن أشرنا اليه في الفصل السابق، وأهم هذه الاعتراضات هو عدم كفاية الوثيقة وحدها التي يعتبر جزءا من الرسالة الكلية التي لا تخضع للتحليل مثل الانفعالات والاحاسيس التي تشكل ركائز أساسية في صياغة المعاني، وهذا الاعتراض أيضا ليس نقدا لمنهج في حد ذاته، ولكنه اعتراض مشترك في كل الطرق والاساليب التي تتعامل مع الوثائق، وان كان يمكن الوصول الى ما يوحي بوجود الانفعالات والاحاسيس وتأثيراتها في صياغة المعاني من خلال التحليل الاعمق والاكثر تفصيلا وفي اطار تدفق المحتوى خلال الاطار الزمني للدراسة[1].

وبالاضافة الى ذلك فان الاساليب المتطورة في قياس الاتجاهات من خلال تحليل المحتوى، تحاول ان تصل الى افضل الطرق لقياس الاتجاهات بالوصول الى التكرار والشدة والكثافة التي تشير الى الاتجاه الصحيح ومستوياته باستخدام المقاييس الكمية، حتى تتخطى النقد الذي يوجه الى المنهج بعدم كفاية اساليب القياس في تحليل المحتوى لاكتشاف درجات الشدة وعمق الاتجاه، وهذه امور نتناولها بالتفصيل في الفصل الخامس.

ويلاحظ على معظم الاعتراضات، أنها لا تنصب على المنهج ذاته، ولكنها تنصب على الرسالة كعنصر من عناصر النموذج الاعلامي الذي يحتاج الى مزيد من الدراسات لتطويره بما يتفق مع الاتجاهات المعاصرة في الاعلام والظروف التي تخضع لها العملية الاعلامية.

المهارات الخاصة باستخدام منهج تحليل المحتوى:

كثير من أوجه النقد التي توجه استخدام منهج تحليل المحتوى

(1) Carney. Thomas, F., op. cit, P.P. 11 - 16.

ترتبط بمدى قدرة المنهج على الوصول الى نتائج صادقة ومعبرة عن المعاني الخاصة بالرسالة والعلاقات الارتباطية بها، وفي الحقيقة أن هذا النقد لا يرتبط بالمنهج فقط ولكنه يرتبط أكثر بقدرات الباحث على توظيف المنهج في الوصول الى هذه النتائج، فمنهج تحليل المحتوى شأن أي منهج آخر يحتاج من الباحث الى العديد من المهارات التي تمكنه من استخدام المنهج استخداما سليما لبحث الظاهرة والخروج بالنتائج الصادقة والمعبرة.

وأهم هذه المهارات هي: -

١ - المهارات المنهجية:

فشرط المنهجية والانتظام هو مطلب من مطالب تحليل المحتوى، يفرض على الباحث الادراك الكامل بكافة الجوانب والمشكلات المنهجية للتحليل، خاصة وأن الكثير من المراحل تحتاج الى تطويع الاساليب المستخدمة أو استثارة أساليب جديدة تتفق وقواعد المنهجية العلمية حتى توفر على الباحث الوقت والجهد في التحليل واختبارات الصدق والثبات.

فليست هناك أساليب نمطية أو مقننة لعمليات الترميز والعد والقياس ولكن الباحث من خلال القواعد والشروط المنهجية الخاصة بهذه العمليات يحدد الاسلوب الذي يتفق وطبيعة المشكلة والبيانات المتاحة التي تختلف من بحث لآخر.

٢ - **المهارات اللغوية:**

محتوى الرسالة الاعلامية هو مجموعة من الرموز اللغوية التي تحمل المعاني المراد توصيلها الى الجمهور من خلال البناء اللغوي بمستوياته المختلفة، الا أن تحليل هذه الرموز اللغوية عادة ما يصطدم بما تتميز به اللغة العربية من كثرة المعاني والمترادفات

للكلمة الواحدة، والتركيبات المختلفة للجملة التي تؤدي معنى واحدا رغم ما يعتري بناءها من اختلافات ترتبط بالصيغ النحوية لمكونات الجملة بالحذف أو الاضافة، بالاضافة الى وجود ما يسمى بازدواج المعاني في اللغة.

ولان التحليل يقع على هذه الرموز فان عدم ادراك الباحث بنواصي اللغة يشكل صعوبة كبيرة في عملية التحليل في مراحلها المختلفة، ولذلك فانه يجب ان يتوفر لدى الباحث الحد الادنى من المهارات اللغوية التي تمكنه التعامل في سهولة ويسر مع المشكلات المتعددة المرتبطة باللغة.

٣ - **المهارات الاحصائية:**

ومن المتطلبات الرئيسية أيضا لتحليل المحتوى هو التعامل الكمي أو الاحصائي مع البيانات والنتائج، وهذا يفرض على الباحث استخدام الطرق الاحصائية في تقرير المعاملات وعرض النتائج، واستثارة القيم والعلاقات الحسابية والاحصائية التي تتفق مع طبيعة البحث واهدافه.

وهذا يتطلب من الباحث الادراك الكامل بالمهارات الاحصائية لاستخدامها الاستخدام الامثل في خطوات البحث وعرض نتائجه، ويعتبر التدريب المستمر على هذه المهارات مطلبا من مطالب استخدام المنهج حتى لا يخرج البحث مجرد أرقام أو علاقات احصائية لا تفيد في تحديد المعاني وتفسير النتائج.

وبصفة عامة فان استخدام المنهج يحتاج الى معايشة كاملة مع المحتوى وبياناته، والفه مع المنهج والاساليب المستخدمة خلال مراحل البحث، حتى يمكن للباحث ان يتخطى كافة المشكلات التي تعترض

الاستخدام الامثل للمنهج في بحوث الاعلام.

المبحث الرابع

استخدامات المنهج في بحوث الإعلام

خلال العقود الخمسة الماضية تعددت استخدامات تحليل المحتوى في البحوث الاجتماعية والانسانية المختلفة، واتخذت هذه البحوث اطارا لتصنيف مجالات الاستخدام يرتبط بنموذج الاتصال من.. يقول ماذا... بأي وسيلة... وبأي تأثير، ويركز بصفة خاصة على وصف السمات الظاهرة في المحتوى[1] ويتميز اطار التصنيف هذا بالاتي: -

- ان اطار التصنيف، وان كان قد تم من خلال العناصر الرئيسية لنموذج الاتصال الجماهيري الا انه لم يقدم تصنيفا جامعا يستوعب كل ما يجد في المجتمعات من تغيير أو تطوير يفرض نفسه على نموذج الاتصال الجماهيري بصفة عامة والنموذج الاعلامي بصفة خاصة، فما زالت البحوث الخاصة باتجاهات حارس البوابة Gate Keeper ودوره في عملية الاتصال، من خلال الرسالة (ضبط المعلومات)، وكذلك بحوث المشاركة الجماهيرية أو التفاعل مع مظاهر التطور والتغيير في حاجة الى بحث وتحقيق من خلال محتوى الاعلام.
- ان التصنيف يعكس الاهتمامات العلمية الخاصة بالباحثين في المجالات الانسانية المختلفة، فالباحث السياسي يهتم باستخدام التحليل لكشف الاختلافات الدولية وتحليل الدعاية لخدمة الاهداف السياسية والعسكرية، والباحث الاجتماعي يهتم بخدمة

---

(1) - Berlson, B. op. cit P.P. 26 - 108
- Holsti, ole, R., op. cit P.P. 43 - 93.

النماذج الاجتماعية والنفسية مثل تحليل المعاملة النفسية للافراد واكتشاف التركيب الاجتماعي للمجتمع أو الاتجاهات النفسية للشباب والمراهقين، والباحث الادبي يهتم بالكشف عن خصائص الاسلوب الادبي.. وهكذا، ولكنه لم يركز على نموذج الاعلام وعناصره، ودوره في هذه المجالات.

- ان التصنيف يضم بين الاستخدامات ما يسمى بتحليل الوثائق الذي كان يتم لخدمة العلوم الاجتماعية والنفسية والتاريخية، والذي يعتمد على اطار وثائقي محدود مثل تحليل الرسائل والمذكرات الشخصية، أو نتائج أدوات البحث مثل المقابلة والملاحظة والاستبيان، وفي هذه الاحوال فان استخدام تحليل المحتوى لم يكن يستهدف اكثر من اعداد الدليل أو المساعدة في اجراء البحوث المنهجية، ولم يكن قد تطور بعد الى استخدامه في الاستدلال والتنبؤ.

ولذلك فان هذا التصنيف لا يعتبر دليلا للاستخدام بقدر ما يعتبر تصنيفا للبحوث التي اجريت في المجالات العلمية المختلفة تبعا لفئات الاستخدام التي اقتربت من نموذج الاتصال الجماهيري المذكور، ولكن مع اضافة العنصر الخاص بالاهداف والسياسات وتواتر الوقائع والاحداث التي يتم تخطيط بناء العملية الاعلامية في اطارها في المجتمعات او المنظمات التي تعبر عنها وسائل الاعلام، ووسائل الاقناع المختلفة التي يستخدمها المصدر او الوسيلة، فانه يمكن اعادة بناء اطار التصنيف في العناصر التالية - شكل رقم ٢ - ليعبر عن البعد الوصفي والبعد الاستدلالي في عملية تحليل المحتوى، والابعاد المنهجية الخاصة بعقد المقارنات لتحقيق صدق النتائج والاستدلال من خلالها.

١ - مصادر التخطيط الاعلامي Source

أ - اهداف وسياسات معلنة.

تفيد في ضبط النتائج وعقد المقارنات.

ب - أهداف وسياسات مستترة.

بحوث الكشف عن الاهداف والسياسات.

جـ - وقائع وأحداث.

تفيد في ضبط النتائج وعقد المقارنات، وبحوث تقويم السياسات والاهداف.

٢ - من (المرسل Who (Sender

- بحوث تحديد النوايا والاهداف
- بحوث تحديد الاتجاهات
- بحوث الكشف عن المهارات
- بحوث تحديد السمات الشخصية والاجتماعية.

٣ - يقول ماذا (المحتوى What (Content

- بحوث الكشف عن وظائف الاتصال
- بحوث الكشف عن السياسات والاهداف
- بحوث الكشف عن الانماط والمعايير الاتصالية
- بحوث اكتشاف أساليب الممارسة
- بحوث الكشف عن مراكز الاهتمام
- بحوث الكشف عن تدفق المعلومات
- قياس درجة الانقرائية.

٤ - لمن (المستقبل Whom (Reciever

- دراسة الانماط الثقافية والفكرية والعقائدية
- دراسة التغير في هذه الانماط
- دراسة طرق تحقيق الغايات والاهداف.

٥ - **كيف (الوسيلة How (Media**

- دراسة فنون الاقناع

(جذب الانتباه - استخدام الخبرات المشتركة - استثارة الحاجات - الاستمالات - الاثارة... الى آخره).

- بحوث ضبط المعلومات.

(اتجاهات حراس البوابة).

٦ - **بأي تأثير With what effect**

- دراسة التفاعل والمشاركة (بحوث الرأي العام)
- دراسة الاستجابات اللغوية
- دراسة مراكز الاهتمام (للمستقبل)
- بحوث تقويم السياسات والاهداف.

ويلاحظ على اطار التصنيف المذكور ما يلي: -

١ - ان التركيز على دراسة سمات وخصائص المحتوى لتحقيق أهداف الدراسة يقدم البعد الوصفي لاطار الاستخدامات، وهذا يمثل الحد الادنى، لاستخدام تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ويمثل في نفس الوقت المرحلة الاولى لبناء اطار الاستدلالات عن عناصر العملية الاخرى (المرسل والمستقبل والوسيلة والتأثير).

٢ - ان هذه الاستخدامات تحقق ضبط النتائج وصدق الاستدلال باضافة العنصر الخاص بالوقائع والاحداث كمصدر من مصادر التخطيط وعنصر أساسي من عناصر بناء اختبارات الصدق المنهجي.

٣ - ان الوقائع والاحداث لا تمثل فقط بما يحدث خارج العملية الاعلامية، ولكن يدخل ضمنها الوقائع والاحداث التي تتم كاستجابات سلوكية فعلية للعملية الاعلامية (ردود الافعال)

وتسهم في ضبط النتائج الخاصة بالتأثير مثل تقويم الحملات الاعلامية.

ونشير الى أننا لم نغفل استخدام تحليل المحتوى للمساهمة في البحوث الاخرى التي تحتم طبيعتها التعامل مع محتوى الاعلام والتي دعت البعض يتجهون الى اعتبار تحليل المحتوى آداة لجمع البيانات لخدمة هذه البحوث، لم نغفل هذا الاستخدام الا لاعتقادنا الراسخ بأنه أصبح واقعا في بحث الظاهرات العلمية المعاصرة التي اصبحت تتسم بالتعقيد في عناصرها وتركيبها والعوامل المؤثرة فيها، الامر الذي يجعل استخدام اكثر من منهج في بحث مشكلة أو ظاهرة واحدة أمرا مألوفا، بالاضافة الى أن اطار الاستخدامات المذكور يرتبط بالعملية الاعلامية ويقصر استخداماته على عناصرها لخدمة بحوث الاعلام.

استخدام تحليل المحتوى في بحوث الرأي العام:

يعتبر منهج تحليل المحتوى من المناهج التي أصبحت تستخدم على نطاق واسع في بحوث الرأي العام وقياسه من خلال الملاحظة غير المباشرة للسلوك اللفظي للجماهير في وسائل الاعلام المختلفة، وبصفة خاصة عندما لا يتاح للباحث سوى محتوى وسائل الاعلام للتعرف على اتجاهات الرأي العام، كما يحدث في معرفة اتجاهات الرأي العام لشعوب الدول الاجنبية تجاه بعض القضايا الدولية والتي يصعب قياسها بطرق أخرى[1].

وتعتبر مجالات استخدام تحليل المحتوى في بحوث الرأي العام، من أكثر المجالات التي تجسدت فيها الاعتراضات على تطبيقات المنهج، لحدود ما تقدمه النتائج الكمية من قيمة والشك في هذه النتائج وعدم اتخاذها معياراً وحيداً للاستدلال. ومع اعترافنا بوجود هذه الاعتراضات الا أنها ترتبط بصفة رئيسية بحدود ما يقدم محتوى وسائل الاعلام - وليس المنهج - من استدلالات في هذا المجال.

- فعندما يتوفر المناخ الملائم لحرية الاعلام والتعبير، تصبح وسائل الاعلام بما تقدمه من محتوى، أدوات صادقة للتعبير، وبالتالي يمكن قياس الرأي العام ومعرفة اتجاهاته بصدق وموضوعية.
- انه من البداية يجب معرفة حدود ما تسهم به وسائل الاعلام في استقطاب آراء الجماهير للنشر والاذاعة من خلالها، ومستوى الفئات الجماهيرية التي تتعامل معها هذه الوسائل في التركيب الاجتماعي.

---

(١) أنظر بالتفصيل:
مختار التهامي: مرجع سابق ص. ص١٣/١٤.
- أحمد بدر: **الرأي العام، طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسات العامة** (القاهرة - مكتبة غريب ١٩٧٧م) ص. ص٢٦٤/٢٦٥.

- دراسة أدوات السيطرة على الوسائل الاعلامية مثل السيطرة الاجتماعية والاقتصادية التي تنحرف بالرأي العام الى ما يتفق واتجاهاتها.
- معرفة مدى ما تتمتع به وسائل الاعلام من تأثير في توجيه سياسات الطبقة الحاكمة.

وفي حدود الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية السابق ذكرها، يمكن التقرير بصلاحية الاعتماد على محتوى وسائل الاعلام في معرفة الرأي العام واتجاهاته، ويصبح بالتالي منهج تحليل المحتوى أداة صالحة في بحوث الرأي العام.

استخدامات تحليل المحتوى في بحوث الاعلان:

يعتبر الاعلان أحد الوظائف الاساسية لوسائل الاعلام، ويمثل في ذاته عملية اتصال متكاملة يمثل محتوى الرسالة الاعلامية حلقة من حلقاتها ، التي تستهدف نقل معلومات من المعلن الى جمهور معين من المستهلكين عن سلعة أو خدمة بهدف إحداث تأثير في سلوك هؤلاء المستهلكين يجعلهم أكثر قبولا وطلباً للسلعة أو الخدمة المعلن عنها، أو أقل اعراضا أو احتمالا للتحول عنها.

وتمثل الرسالة الاعلانية حلقة من حلقات نموذج «الاتصال الاقناعي Commumisuasion» الذي يستهدف كعملية اتصال بالجماهير اقناع المستهلكين بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها، باعتبار أن الاقناع أول مراحل الاستجابة للدعوة الاعلانية، وأن غاية الاعلان التأثير في سلوك المستهلكين في الاتجاهات المحابية لترويج السلعة أو الخدمة المعلن عنها.

ويعتبر بناء رسالة اعلانية فعالة ضرورة في هذه العملية أو هذا النموذج لانها الوسيلة الاساسية التي يستخدمها المعلن لتأكيد معنى أو انطباع معين في أذهان المستهلكين عن السلعة أو الخدمة المعلن عنها

واحداث نوع الاستجابة والتأثير المطلوبين.

وفي حدود الاهداف الخاصة بالاعلان والمرحلة التي تمر بها السلعة، وخصائص المستهلكين ودوافعهم بالإضافة الى العوامل الاقتصادية والاجتماعية المميزة لمجتمع السوق الخاص بالسلعة، يتم تحرير وبناء الرسالة في عناصر رئيسية يتصدرها العنوان الرئيسي والعناوين الثانوية ومحتوى الرسالة الاعلانية، بالإضافة الى العناصر الأخرى التي يدخل في تصميم الاعلان لنشره او اذاعته في الوسيلة الاعلانية[١].

وفي حدود المفاهيم والتعريفات الاعلانية السابقة نجد أن محتوى الرسالة الاعلانية التي تقدم من خلال الوسائل الاعلامية المختلفة الى جمهور معين لتحقيق أهداف محددة يستهدفها المعلن، يدخل في اطار الاستخدامات الخاصة بتحليل المحتوى بما يتفق وطبيعة العملية الاعلانية كالآتي:

- لا حاجة للباحث في بحوث الاعلان للاهتمام بالمحتوى الكامن، حيث يهتم المعلن بتأكيد ووضوح كل المعاني والافكار التي تسهم في توصيل الرسالة بطريقة واضحة ومفهومة لتحقيق الاهداف الاعلانية بسرعة.

وبذلك فان المنهج في بحوث الاعلان يستهدف الوصف بصفة أساسة دون الحاجة الى بناء علاقات فرضية تستهدف التنبؤ أو

---

(١) انظر بالتفصيل:

- علي السلمي: **الاعلان** (القاهرة - مكتبة غريب - ١٩٧٨ م)، ص. ص ٣٣ - ٣٦.
- سمير محمد حسين: **مداخل الاعلان** (دار الشعب - دار الشعب، ١٩٧٣) ص. ص ٣٩ - ٥٢.
- Jefkins, Frank: **Advertisement Writing (Plymouth** - Mac & Evan - 1976) P.P. 25 - 35.

الاستدلال عن عناصر النموذج الاعلاني أو مجتمع السوق، نظراً لان النموذج الاعلاني يكشف كل جوانب العلاقات بين هذه العناصر في حدود السياسات الاعلانية وأهدافها.

- انه من السهولة قياس الشدة والكثافة في معاني المفردات، حيث يهتم المعلن بتحرير الرسالة الموجزة والواضحة التي تستهدف التصديق والاقناع بأقل عدد من المفردات القوية والمثيرة والمعبرة التي تحقق هذه الاهداف.
- أنه من السهولة تحديد فنون الاقناع في الرسالة الاعلانية من خلال المفردات اللغوية.
- سهولة الاستخدام الكمي في التحليل نظراً لقلة تكرارات المعاني والمفردات في المحتوى الاعلاني قياساً الى المحتوى الذي يستهدف الوظائف الاعلامية وبالتالي بساطة الاساليب المستخدمة في التصنيف والترميز والعد والقياس.
- الاستخدام المؤثر للعناصر التيوغرافية - مثل أنماط الحروف ومقاساتها والمساحات الظلية واستخدامات الالوان - في تحرير النص الاعلاني يجعل الباحث لا يغفل مثل هذه العناصر في تحليله للمحتوى الاعلاني لارتفاع أهميتها قياساً الى باقي صنوف المحتوى في الوسائل الاعلامية.

وبالإضافة الى ذلك فان حدود بحوث الاعلان باستخدام منهج تحليل المحتوى، لا تتوقف على المحتوى الاعلاني فقط لتحقيق اهداف هذه البحوث، ولكنها تمتد الى التصنيفات الخاصة بمحتوى الوسائل الاعلامية بصفة عامة بما يسهم في تحقيق أهداف العملية الاعلانية.

ولذلك تدق الحاجة الى مثل هذه البحوث باستخدام تحليل المحتوى - على الرغم من ندرتها وعدم شيوعها - في الدراسات القبلية

والبعدية للمحتوى بما يفيد في تخطيط السياسات الاعلانية وتنفيذها، وهناك مجالات مقترحة لاستخدامات تحليل المحتوى في بحوث الاعلان منها: -

١ - **بالنسبة للدراسات القبلية لتخطيط السياسات الاعلانية، منها ما يهتم بالمحتوى الاعلاني أو باقي تصنيفات المحتوى في الوسائل الاعلامية كالآتي:**

- دراسة التراث الاعلاني في مراحل النمو الاقتصادي والاجتماعي للمجتمعات المختلفة والظروف المشابهة.
- دراسة الانماط الثقافية والفكرية في المجتمع، والتعرف على العادات والتقاليد وطرق تحقيق الغايات.
- دراسة الحاجات والدوافع السلوكية المختلفة في المجتمع.
- دراسة السمات الخاصة بالوسائل الاعلامية كالاتجاهات والسياسات التحريرية والفنية وفنون التأثير وأنماط الممارسة التي تستخدم لجذب القراء واثارة اهتمامهم.
- دراسة الخصائص الاولية لجمهور الوسائل الاعلامية، لتقرير ملاءمتها للاستخدام الاعلاني.
- التحديد الطبقي لجماهير الوسائل الاعلامية في السلم الاجتماعي.
- دراسة الاوتار الاعلانية للسلع المنافسة، وخاصة بالنسبة للسلع التي تغير في أنماط الاعلان عنها خلال دورات السلعة أو دورات السوق.

ومثل البحوث السابقة التي تتم على المحتوى الاعلامي بصفة عامة أو الاعلاني بصفة خاصة تفيد في تخطيط السياسات الاعلانية، وخاصة بالنسبة لتحديد أنسب الوسائل والجمهور المستهدف والمتغيرات البيئية

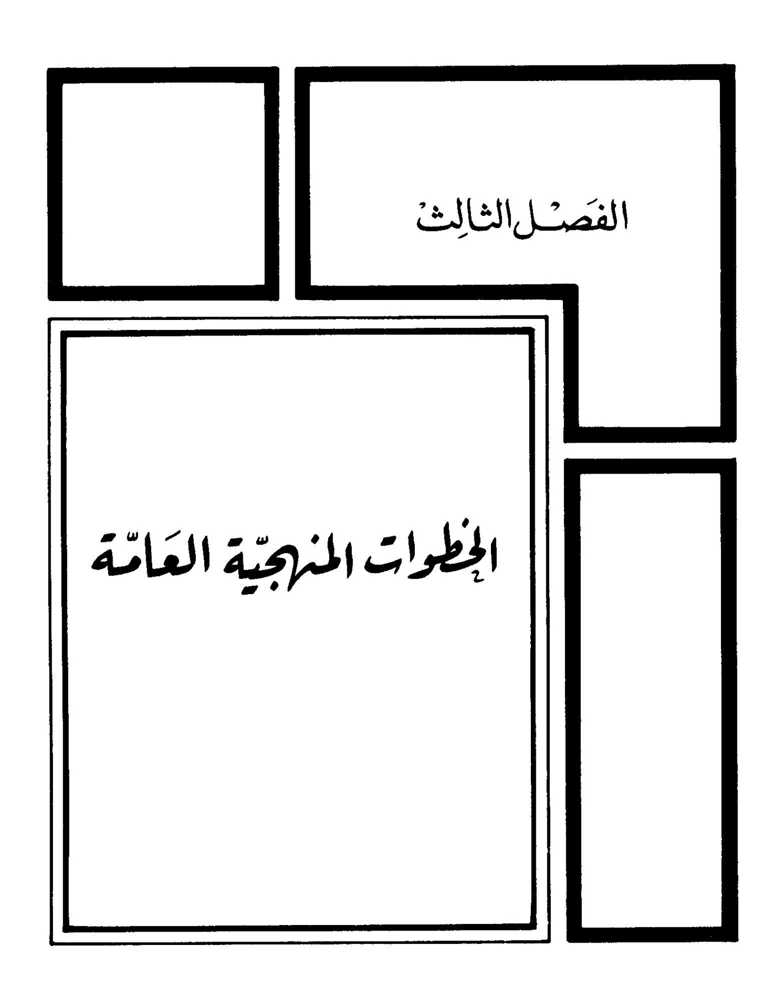
والاجتماعية لمجتمع السلعة أو السوق، وهو ما يعبر عنه بالاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية والنفسية في تخطيط السياسات الاعلانية.

٢ - **أما بالنسبة للدراسات والبحوث البعدية في بحوث الاعلان، فهي تلك البحوث التي تهتم بتقويم السياسات الاعلانية وتنفيذها وترشيد هذه السياسات أو تقرير صلاحيتها، ومعظم هذه البحوث أو كلها تهتم بالمحتوى الاعلاني كعنصر من عناصر الاعلان يخضع للدراسات التحليلية التي تستخدم في مثل البحوث التالية.**

- مدى اتفاق الاوتار الاعلانية التحريرية مع أنماط التغير في المجتمعات في المجالات الاقتصادية والاجتماعية.
- دراسة الاثار الاقتصادية والاجتماعية للإعلان.
- اعداد الدليل القانوني في القضايا الاعلانية المرتبطة بالسوق أو المجتمع.
- متابعة التغير في السمات الخاصة بالوسائل الاعلانية وترشيد استخدامها بما يتفق والسياسات الاعلانية.

ولا يتوقف دور المنهج في بحوث الاعلان على الاهداف البحثية للمشكلات الاعلانية فقط، ولكن المحتوى الاعلاني هو جزء من محتوى الوسائل الاعلامية بصفة عامة، الذي يمكن أن يثري الدليل في بحوث الاعلام وتحقيق وظائفها في الاستخدامات الشائعة لبحوث تحليل المحتوى، وتحقيق الاستدلال من خلاله مضافاً الى تصنيفات المحتوى الاعلامي الاخرى، والافادة في تحقيق صدق النتائج والتفسير والاستدلال.

★ ★
★



الفَصْل الثالِث

الخطوات المنهجيّة العامّة

الخطوات المنهجية العامة

سبق أن أوضحنا المطالب الرئيسية لمنهج تحليل المحتوى والتي يتصدرها مطلب التنظيم أو المنهجية، وهذا المطلب يفرض على الباحث الالتزام بخطوات البحث العلمي في دراسته للظاهرة محل البحث، وهذه الخطوات لا تختلف باختلاف العلوم او البحث الا في اختلاف المناهج والادوات المستخدمة للوصول الى النتائج.

ولذلك فان هناك خطوات عامة يتبعها الباحث في تحقيق الظاهرات، وأخرى خاصة تميز المنهج المستخدم وطريقة جمع البيانات، ترتبط بطبيعة الظاهرة والهدف من البحث. فلا خلاف حول تحليل المشكلة وصياغتها، ووضع الفروض او طرح التساؤلات التي تسهم في تحديد مجالات البحث واطار النتائج، وأسلوب الاقتراب من المستويات المختلفة لجمع البيانات من مجتمع البحث، وهذه الخطوات بالاضافة الى التحليل المبدئي الذي أشرنا الى اهميته في الفصل السابق، هي الخطوات المنهجية العامة التي تسهم في تعميق الادراك بمشكلة البحث ومجالاتها واستثارة الاساليب الخاصة بالتصنيف والعد والقياس وتفسير النتائج.

المبحث الأول

التحليل المبدئي

قليل من الباحثين في تحليل المحتوى الذين اعطوا اهتماما لهذه الخطوة المنهجية رغم اهميتها كخطوة ارتيادية قبل البدء في اجراءات التحليل

النهائي، وشيوع استخدامها في البحوث الغربية، حيث تدرج ضمنا في الاجراءات السابقة على وضع مشروع التحليل. والتحليل المبدئي Priliminary Analysis هو تحليل كيفي يتم على عينات أصغر من الوثائق بغرض تحديد العناصر المكونة لوحدات التحليل المهائي التي ستتخذ اساسا للتصنيف[١].

وفي حدود هذه الوظيفة يستخدمه كارني بداية لمجرد الفحص لتحديد احتواء المادة على وحدات التحليل، وكذلك الوصول الى التعبير عن هذه الوحدات برموز كيفية تجتمع لها الخصائص النسبية التي تفيد في مجال المقارنة (قليل، كثير، متزايد...) والتي سيتم تحويلها بعد الدراسة الى قيم كمية، ويطلق على هذه العملية The Verginity Principle ويعني بها كما يصفها «التحليل المبكر»[٢] وهي خطوة ضرورية في مواجهة المشكلات الناجمة عن البيانات المعقدة التي يقابلها الباحث، مما يقتضي ضرورة اجراء فحـــص مبـــدئي Preliminary Examination للتعقيدات المحتمله في البيانات دون ادراجها في مشروع التحليل، ولكن لاستخدامها في وضع المشروع او البرنامج الذي ييسر الحصول على المعلومات[٣].

ولكننا ونحن بصدد دراسة نموذج للاجراءات المنهجية لتحليل المحتوى في الفصل السابق، رأينا أن أهمية التحليل المبدئي للمحتوى كخطوة ارتيادية في بحوث التحليل أوسع من استخدامها في حدود هذه الوظيفة.

---

(١) محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى وبحوث الاعلام في ضوء المنظور المنهجي**، مرجع سابق، ص ٢٦.

(2) Carney, Thomas, F., op. cit. P. 150

(3) Lasswel, H, D., et al., the Prestige press,. op. cit. P. 40.

والتحليل المبدئي هو خطوة ضرورية كدراسة استطلاعية يلجأ اليها الباحث قبل البدء في الدراسة التحليلية الاستدلالية لتحقيق العديد من الوظائف التي ترتبط باستخدام تحليل المحتوى في الاستدلال عن المعاني الكامنة لمحتوى الاعلام، حتى يكتسب الباحث الإلفة **Familiarity** الكافية مع المحتوى لتنمية مهارات البحث، بالاضافة الى الوظائف الخاصة بالدراسات الاستطلاعية في البحوث الاجتماعية والانسانية بصفة عامة.

والباحث يلجأ في الدراسة الاستطلاعية التمهيدية الى كشف العناصر والمتغيرات الحاكمة في عملية الاعلام وجمع البيانات عنها لتحديد العلاقة الحركية بين هذه العناصر وبعضها البعض، من خلال مسح التراث وسؤال ذوي الخبرة وتحليل البحوث والتجارب السابقة.

وبالنسبة لعنصر المحتوى في عملية الإعلام فان التحليل المبدئي الكيفي يساعد في تحقيق مجموعة من الاهداف الخاصة بالإطار التطبيقي للوصول الى النتائج وتفسيرها

فوظائف - أهداف - التحليل المبدئي الخاصة بالاطار النظري للمشكلة يمكن أن نوجزها في الاتي:

١ - تحديد المشكلة تحديدا دقيقا، وصياغة الاطار الحركي لتفاعل عناصر العملية الاعلامية وتأثيراتها في حدود مشكلة البحث.

٢ - تأصيل الفروض والتأكد من صلاحيتها للاختبار من خلال الملاحظة المنظمة للمحتوى والمتغيرات الاعلامية الاخرى.

٣ - تحصيل قدر كاف من المعلومات والنتائج الكيفية عن المحتوى، يفيد في اجراء اختبارات صدق النتائج النهائية وتفسيراتها.

أما الوظائف الخاصة بالاطار التطبيقي لاجراءات التحليل فانها تتمثل في وضع مشروع أو برنامج التحليل الذي يضمن الحصول على

البيانات الكمية وتفسيرها بأقل وقت وجهد وتكلفة ممكنه وتشمل الاتي:

١ - تحديد وحدات التصنيف والتحليل والعد أو القياس.

٢ - استثارة اساليب العد والقياس وتحديد القيم والاوزان الاحصائية للبيانات.

٣ - تصميم استمارة بحث المحتوى وجدولة الفئات، وتقرير أساليب عرض البيانات الكمية وعقد المقارنات.

وفي الدراسات القليلة التي اجريت في مصر تفاوت استخدام التحليل المبدئي لتحقيق هذه الوظائف او بعضها، **ففي دراسة تحليلية لمضمون التعليقات السياسية في برامج التليفزيون الاسرائيلي الموجهة الى العرب خلال الفترة من ٧/١ الى ١٩٧٢/١٠/٣١**[١]. استخدمت الدراسة المبدئية للكشف عن المصدر ووسائل الاقناع وتحديد فئات التحليل. واستخدم التحليل المبدئي في اطار وظيفتى الكشف عن وحدات التحليل ووضع الفروض في **دراسة تحليلية لمضمون محاضر الكنيست الاسرائيلي عام ١٩٦٧ م** كنموذج لتحليل الوثائق. فقد كان التحليل المبدئي تحليلا كيفيا، اجرى على عينات صغيرة وغير كاملة، فقد طبق على ثلاثة بيانات حكومية متنوعة القيت في الكنيست، واعتمد التحليل خلالها على الرموز اللفظية كالكلمات والجمل التي تتضمن معنى واحدا من المعاني التي اتخذت معيارا لتصنيف المضمون الى ثلاث فئات هي فئة الاجتماعي، والاقتصادي والامني، وكان ذلك تمهيدا لوضع الفروض الاولية للبحث[٢].

(١) مختار التهامي، في: **تحليل مضمون الدعاية في النظرية والتطبيق**، مرجع سابق.

(٢) السيد عليوة، **قرار الحرب في السياسة الاسرائيلية، تحليل مضمون محاضر الكنيست عام ١٩٦٧ م** (مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام - القاهرة ١٩٧٧ م) ص. ص ٨ - ١٠.

واستخدم أيضا في الدراسة **التحليلية للشؤون العسكرية في الصحف المصرية ٦٧ - ١٩٧٣ م**[١] لتأكيد المفاهيم والمصطلحات المستخدمة وتأصيل الفروض وطرح التساؤلات التي حددت مسار البحث، وذلك خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث للتمهيد لبعض الخطوات الاجرائية في تحليل المحتوى على عينة أصغر من الصحف المصرية خلال الاطار الزمني للدراسة.

المبحث الثاني

وَضْع الفُرُوض

نتيجة للتوسع في استخدام تحليل المحتوى في تحقيق الفروض العلمية. فقد اصبحت هذه الخطوة تمثل مطلبا منهجيا ضروريا في هذه الدراسات، ولذلك أشار «باد» الى هذه المرحلة كأول المراحل الست في دراسات تحليل المحتوى وهي صياغة الفروض او التساؤلات[٢]، ورغم أهمية الفروض العلمية في البحوث المنهجية، الا أننا لا نستطيع ان نجزم بوجوب صياغة أو وضع الفروض **Hypotheses Generating** في البحوث والدراسات الاعلامية التي تعد في المرحلة الارتيادية في كثير من دول العالم وبصفة خاصة في الدول النامية التي لم تقطع شوطا كبيرا في هذه الدراسات، وما زالت في حاجة الى المزيد من الدراسات الاستطلاعية للكشف عن العديد من المشكلات الاعلامية فيها، مما يؤدي الى الاكتفاء بطرح مجموعة من التساؤلات التي تحقق أهدافها البحثية.

وهذا المعيار يقدم لنا في نفس الوقت فاصلا بين الدراسات الوصفية

(١) محمد عبد الحميد، **الشؤون العسكرية في الصحافة المصرية الفترة من حرب يونيو ١٩٦٧ م حتى حرب أكتوبر ١٩٧٣ م**، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الاعلام - جامعة القاهرة ١٩٧٩ م) ص١٩٥.

(2) Budd, R., op, cit P. 6

للمحتوى التي تستهدف الكشف عن سماته، والدراسات الاستدلالية المعاصرة فحيث يكون الهدف من التحليل هو الكشف عن هذه السمات فاننا لانجد حاجة الى صياغة فروض علمية اكتفاء بالتساؤلات التي تدور حول هذه السمات وتستهدف اجاباتها الكشف عنها، أما اذا كان الهدف من التحليل هو اكتشاف العلاقات الارتباطية بين سمات المحتوى وعناصر العملية الاعلامية (المرسل أو المستقبل على سبيل المثال) أو الظروف السياسية والاجتماعية في المجتمعات، فان صياغة الفروض تبدو واضحة وملحة.

فصياغة الفروض العلمية تفترض بداية وجود عملية Process ديناميكية، وعلاقات بين عناصر هذه العملية تتسم بالحركة والتفاعل. وهذا ما يمكن استنتاجه من التعريف الاجرائي للفرض العلمي.

فالفرض العلمي هو «**تصور العلاقة بين متغيرين او اكثر**»[١] واهتمام الفرض العلمي بالمتغيرات يقدم لنا مفهوم الحركة، لان المتغير هو «مفهوم تطبيقي له اكثر من قيمة»[٢] وتعدد القيم لعنصر واحد يعني حركة هذا العنصر في اتجاه ما، اما العلاقة فانها تقدم لنا مفهوم التفاعل بالتأثير أو التأثر بين هذه المتغيرات او العناصر. ولذلك فان دراسة هذه العناصر في حالتها الساكنة لا تحتاج الى صياغة فروض علمية تكون محلا للبحث والاختبار، وكذلك دراسة احد هذه العناصر - كمتغيرات - منفردة دون قيام علاقة ما بينها وبين عناصر اخرى، وهذا هو جوهر الدراسات الكشفية او الاستطلاعية، وفي المراحل المتقدمة للبحث العلمي في مجالات الاعلام التي تستهدف دراسة العملية الاعلامية بكل ابعادها، فانه متى توفر الاطار النظري عن عملية

(1) Bailey, Kenneth, D., **Methods of Social Research,** The Free Press, New York 1978., p. 35.

(2) Ibid., P. 33.

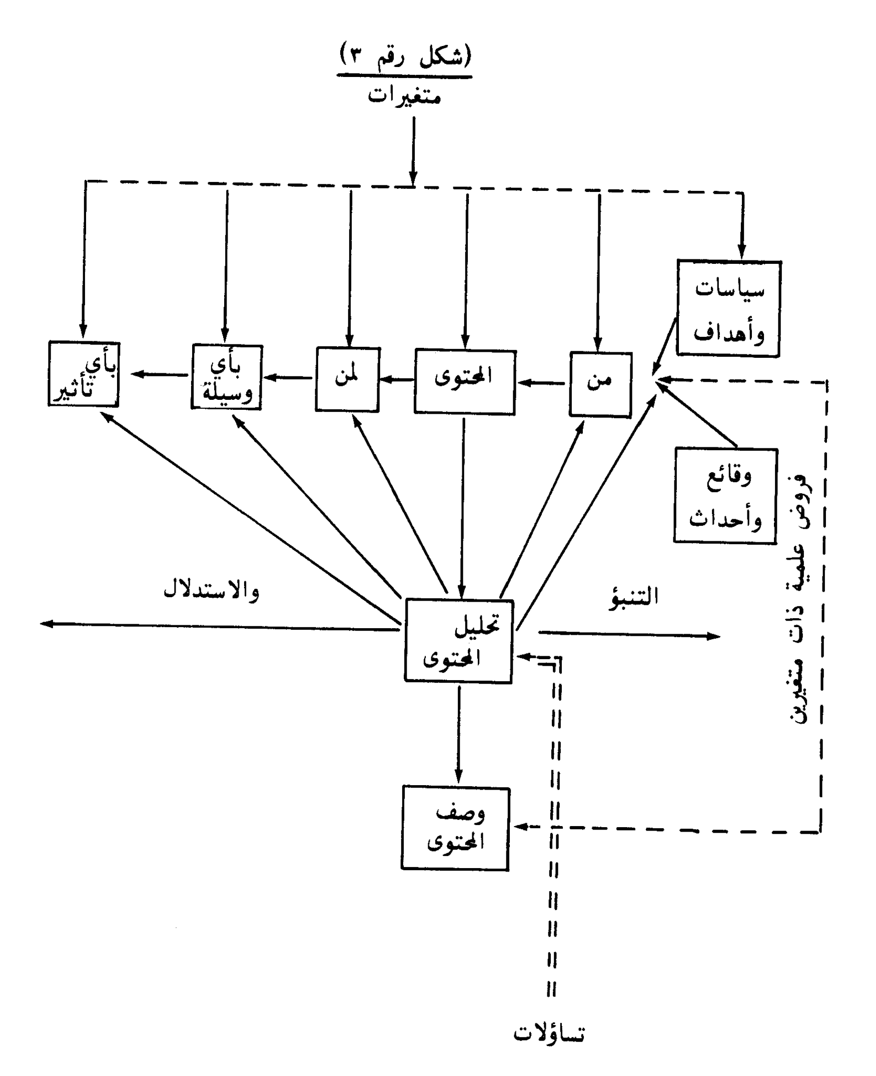
الاعلام داخل المجتمع، والبيانات الكافية عن عناصرها، فانه يمكن توظيف تحليل المحتوى في اختبار الفروض الخاصة بالعلاقة بين هذه العناصر واتجاهاتها.

ولان الوظيفة الاخيرة هي وظيفة الدراسات الاستدلالية في تحليل المحتوى، فان التحليل المبدئي فيها يصبح ضروريا لصياغة هذه الفروض.

وفي بحوث تحليل المحتوى يعتبر المحتوى أو سماته متغيرا من المتغيرات الفرضية وباقي عناصر العملية الاعلامية هي المتغيرات الاخرى التي يفترض الباحث قيام علاقة بينها وبين المحتوى تتحدد في اتجاه ومستوى معين من الارتباط الذي يمكن تحقيقه من خلال البحث الكمي، ويقود في النهاية الى الاستدلالات أو التنبؤات الخاصة بعملية الاعلام وأهدافها وتأثيراتها، وبالعودة الى النموذج الخاص باستخدامات تحليل المحتوى في بحوث الاعلام (شكل رقم ٣) نجده يقدم تفسيرا واضحا لاستخدام الفروض في حالة التنبؤ والاستدلال متى اجتمعت في عملية التحليل سمات المحتوى، والاهداف المطلوب الكشف عنها في عناصر العملية، فهنا تصبح سمات المحتوى هي المتغير رقم (١) في بناء الفروض العلمية، وهدف الدراسة الاستدلالية عن العنصر الاعلامي وسماته هو المتغير رقم (٢) في بناء هذه الفروض. فعملية التحليل كما يوضحها النموذج السابق تتم على اساس ان مدخلات التحليل هي السمات الظاهرة في المحتوى تحددت وتكون مخرجاتها هي الاستنتاجات الخاصة بوصف المحتوى في المرحلة الوصفية، بينما تكون مخرجاتها السمات الخاصة بعناصر العملية الاعلامية التي تحددت بطبيعة البحث وأهدافه في المرحلة الاستدلالية.

ولذلك فان المرحله الاستدلاليه تحتاج الى بناء فروض علمية حول مدى تعبير سمات المحتوى عن السمات الخاصة بعناصر العملية الاعلامية.

(شكل رقم ٣)



تبحث في متغير واحد فقط

ففي دراسة الرأي العام المصري في الستينات والسبعينات (**المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٧٩م**)[١] التي اتخذت طابعا استطلاعيا طرحت مجموعة من التساؤلات واستخدم منهج تحليل المحتوى للاجابة على هذه التساؤلات ومنها:

- ماذا تقول أبواب بريد القراء، وما هو المضمون الذي تحتويه...؟ وهل يطغى نوع معين من الاراء يفرض نفسه على ما عداه (الكشف عن مراكز الاهتمام).
- هل تعكس هذه الابواب آراء حقيقة ام تتدخل فيها اقلام محرر بها بالتعديل أو الاضافة او التزييف (الكشف عن اساليب الممارسة).
- هل هناك شخصية مستقلة لكل باب من ابواب بريد القراء في الصحف الثلاث مجال الدراسة، وذلك من حيث نوعية الاراء المعروضة واسلوب عرضها، أم أن جميع الابواب متشابهة ولا توجد سمات خاصة محددة لاي منها، (الكشف عن اساليب الممارسة).
- هل تتناول ابواب بريد القراء في الصحافة المصرية معالجة ومناقشة آراء - مختلف القطاعات الجماهيرية في الريف والمدن، ام أنها قاصرة على بعض الفئات من سكان المدن فقط (الكشف عن مراكز الاهتمام).

وفي الدراسة التحليلية لمضمون التعليقات السياسية للتليفزيون الاسرائيلي الموجهة للعرب خلال الفترة من ١/٧ - الى ١٩٧٢/١٠/٣١م (**مختار التهامي ١٩٧٤م**) اكتفت الدراسة بمحاولة

---

(١) نادية سالم، عواطف عبد الرحمن وآخرين: الرأي العام المصري في الستينات والسبعينات، دراسة مضمون أبواب بريد القراء في الصحافة المصرية (المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية - القاهرة ١٩٧٩م).

الاجابة على سؤالين من خلال تحليل محتوى هذه التعليقات هما:

- ما هي الموضوعات التي يهتم التليفزيون الاسرائيلي بالتعليق عليها أكثر من غيرها (الكشف عن مراكز الاهتمام).
- ما هي طرق ووسائل التأثير التي استخدمتها التعليقات السياسية في التليفزيون الاسرائيلي (الكشف عن اساليب الممارسة).

وفي دراسة تقويمية لدور الاذاعة المصرية قام بها عبد الباسط عبد المعطي من خلال تحليل محتوى برامج الاذاعة الرئيسية خلال اسبوع من ١٠/٤/١٩٧٦م الى ١٦/٤/١٩٧٦م[1] طرحت الدراسة المعايير الاساسية للتقويم بداية ثم تدرجت للكشف عن مدى التزام الاذاعة بهذه المعايير من خلال مجموعة من التساؤلات تستهدف الكشف عن وظائف الاتصال والانماط والمعايير الاتصالية وأساليب الممارسة، طرحتها الدراسة في الشكل التالي:

- هل تلتزم الاذاعة المصرية بالايدلوجيةالرسمية للدولة أم لا، واذا كانت لا تلتزم فإلى اي الوظائف تسعى، الوظائف التي يؤديها الاعلام الاشتراكي ام الاعلام الرأسمالي.
- هل يراعي معدو البرامج الاذاعية خصائص الجمهور المصري، وهل يسعون فعلا الى خلق وعي مجتمعي حقيقي، أم انهم بعيدون عن ذلك.

وعلى الرغم من سعة الاطار النظري الذي ينظم المعلومات الخاصة باجابة هذه التساؤلات، ورغم ما لدى الباحث من متغيرات كانت تسمح له ببناء علاقات فرضية مثل الانماط والمعايير، والتحول الاجتماعي في مصر، الا انه اكتفى بهذه التساؤلات التي اجاب عليها من خلال نتائج

---

(١) عبد الباسط عبد المعطي: في الاعلام وتزييف الوعي (القاهرة - دار الثقافة الجديدة ٧٩).

تحليل المحتوى، وان كان ينقصها الكثير من الصياغات العلمية المنهجية التي تفيد في الكشف عن صدق النتائج مثل مفهوم «خلق الوعي المجتمعي الحقيقي» الذي يحتاج الى الكثير من المعايير لتحديده بدقة للحكم بصدق النتائج.

وفي دراسة المادة الاخبارية في الاذاعة المصرية (فوزية فهيم ١٩٧٧م) طرحت أربعة فروض، لم يبن اولها علاقة فرضية توضح اسباب زيادة الاخبار الاجنبية في نشرات اخبار الاذاعة المصرية عن الاخبار المحلية واخبار قضية الشرق الاوسط والاخبار العربية.

- الاخبار الاجنبية في نشرات اخبار الاذاعة المصرية تفوق كل من الاخبار المحلية واخبار قضية الشرق الاوسط والاخبار المحلية.

ولعله كان من الافضل صياغة هذا الفرض على شكل تساؤل حول مراكز الاهتمام في اخبار الاذاعة تبعا للتصنيف الاقليمي أو نشأة الاحداث، تخضع اجابته للتفسير في نهاية الدراسة، في حالة غياب المتغير الخاص بالتأثير على الاذاعة لزيادة هذه الاخبار. وكذلك الفرض الثاني الذي يبحث في المحتوى كمدخلات، ومخرجات، فهذا لم يتعرض الا لمتغير واحد فقط دون البحث عن العنصر الشرطي الذي يؤثر في العلاقة بين المدخلات والمخرجات كالوقائع والاحداث، والسياسات والاهداف، النوايا، الاتجاهات، فنون الاقناع، الانماط الفكرية والعقائدية... الى آخره.

- توجد علاقة ارتباط بين نوعيات مدخلات الاخبار، ونوعيات مخرجاتها في نشرات اخبار الاذاعة المصرية.

وان كان الفرض الثالث والرابع قد ضما المتغيرات التي تصلح لبناء علاقة فرضية مع المحتوى محل الدراسة، مثل قضية الشرق

الاوسط في الفرض الثالث، ومواقف الدول بالنسبة لهذه القضية في الفرض الرابع.

- التعليقات والبرامج الاخبارية في الاذاعة المصرية تركز على مواضيع قضية الشرق الاوسط دون المواضيع المحلية والعربية والاجنبية.
- تعليقات وبرامج الاذاعة المصرية تعكس مواقف الدول بالنسبة لقضية الشرق الاوسط.

وتثير دراسة الفروض السابقة جانبا هاما من جوانب بناء الفروض العلمية يتحدد في مدى الحاجة الى تعدد الفروض في الدراسات العلمية، ففي رأيي أنه ما لم تدعو الحاجة الى ذلك من خلال تعدد المتغيرات المحددة في المشكلة البحثية، فانه يمكن تحديد عدد الفروض حسب متطلبات الدراسة، على أن نفرق بين الفروض الرئيسية التي تصاغ متفقة مع اهداف المشكلة العلمية ويسهل اختبارها، والفروض التابعة التي يحددها المنطق العلمي مترتبة على الفرض الرئيسي.

ولقد انطلقت دراسة ميشيل سليمان استاذ العلوم السياسية بجامعة ولاية كانساس بالولايات المتحدة الامريكية حول اتجاهات الصحافة الامريكية آزاء الشخصية العربية[١] من فرض أولي يرى أن نوعية المعلومات التي نمتلكها عن الشعوب الاخرى تحدد صورهم التي في أذهاننا، ثم صاغ بعد ذلك فرضين حول صورة العربي التي يقدمها المخبرون الصحفيون والمراسلون، وتكرار الاشارة الى محدداتها في الصحف الامريكية.

---

(١) ميشيل سليمان: **صورة الشخصية العربية في الصحافة الامريكية في السيد يس: الشخصية العربية بين المفهوم الاسرائيلي والمفهوم الغربي** (مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام - القاهرة ١٩٧٣ م) ص. ص ١١٠/١٠٣.

وفي الدراسة التحليلية للشؤون العسكرية في الصحافة المصرية ٦٧ - ١٩٧٣م (محمد عبد الحميد ١٩٧٩م) صاغت فرضا رئيسيا وحيدا وفروضا تابعة.

وكان الفرض الرئيسي:

الحرب هي أعلى درجات النشاط العسكري، ولانها تستحوذ على اهتمام القارىء في اي مكان، فانه من الطبيعي ان يرتفع اهتمام الصحف بمحتوى الشؤون العسكرية في زمن الحرب أو تصاعد التوتر العسكري والعمليات الحربية.

ويترتب على ذلك:

١ - تراوح هذا الاهتمام ارتفاعا وانخفاضا بالحالة العسكرية التي تسود سياسة الدولة التي تصدر فيها هذه الصحف، ومصر خلال الاطار الزمني للبحث (٦٧ - ١٩٧٣م) قدمت نموذجا تاريخيا لذلك.

٢ - نتائج هذه الحروب تؤثر أيضا في درجات اهتمام صحف الدولة بمحتوى الشؤون العسكرية وتعدد وظائفه.

٣ - موضوعات الشؤون العسكرية العالمية ضمن موضوعات الشؤون الخارجية وتتأثر درجة الاهتمام بها بحالة الحرب التي تدور بين الدول الخارجية.

وانطلقت دراسة فاروق ابو زيد ١٩٨١م للخبر الصحفي في المجتمعات المتقدمة والنامية [1] من فرضين قاما على تصور للعلاقة بين عناصر الخبر الصحفي وانواعه ومصادره وتغطيته الصحفية وطرق

(١) فاروق أبو زيد: **فن الخبر الصحفي**، دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية (القاهرة - دار المأمون للطبع والنشر - ١٩٨١م).

كتابته وسياسة الصحيفة من جانب، وطبيعة المجتمعات التي تصدر عنها هذه الصحف، كالاتي:

- إن عناصر الخبر الصحفي وأنواعه ومصادره وتغطيته الصحفية وطرق كتابته تختلف في الصحف المحافظة عنها في الصحف الشعبية عنها في الصحف المعتدلة.
- ان عناصر الخبر الصحفي وأنواعه ومصادره وتغطيته الصحفية وطرق كتابته تختلف في الصحف التي تصدر في المجتمعات المتقدمة عنها في الصحف التي تصدر في المجتمعات النامية.

والفروض المطروحة في الدراسات السابقة يتم تحقيقها واختبارها من خلال تحليل االرسائل الاعلامية ومقارنتها في حدود السياسات او الاطار الاقليمي كما في دراسة فاروق ابو زيد، او في حدود الاطار الزمني كما في دراسة محمد عبد الحميد.

وهذه المقارنات المنهجية هي التي تصل بالباحث الى النتائج الاستدلالية عن ابعاد عملية الاعلام في المجتمعات المختلفة او سياساتها، وتقدم اطارا للتعميم.

ولان الدراسات الاعلامية - بصفة خاصة في مجتمعاتنا - ما زالت في المرحلة الارتيادية فانه لا يقلل من قيمة البحث التحليلي عدم صياغة فروض علمية، اكتفاء بالتساؤلات التي تسعى الدراسة التحليلية للاجابة عليها من خلال تحليل السمات الخاصة بالرسالة، وتسهم نتائجها في اثراء المعارف المرتبطة بالاعلام.

المبحث الثالث

اختيار العينات

هناك اجماع على ان محتوى الاعلام عادة ما يكون من الضخامة

والاتساع بحيث يصعب معه القيام بعملية التحليل بالدقة والسرعة المطلوبة دون استخدام نظام العينات **Sampling**، فالبحث - حتى ولو كان يرتبط بفكرة أو موضوع واحد - يتطلب الرجوع الى مجلدات ضخمة من الرسائل التي تضم هذا المحتوى في الصحف، أو في آلاف الاقدام من التسجيلات الاذاعية او التليفزيونية.

وفي هذا خلاف بين استخدام تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ودراسة الوثائق في البحوث الانسانية والاجتماعية الاخرى حيث يستخدم نظام الحصر الشامل للمحتوى **Complete Enumeration Content** وان كانت تستخدم نفس المنهج البحثي وهو تحليل المحتوى..

والعينة **Sample** هي جزء من المجتمع الكلي **The Total Population** المراد تحديد سماته، ممثلة بنسبة مئوية يتم حسابها طبقا للمعايير الاحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته.

والمجتمع الكلي في بحوث التحليل هو مجموع المصادر التي نشر أو أذيع فيها المحتوى المراد دراسته خلال الاطار الزمني للبحث.

وهناك حدود مبدئية في استخدام العينات في بحوث تحليل المحتوى ترتبط باهداف الدراسة والاطار الزمني لها وتعدد المصادر وفئات التحليل، فكلما كان الهدف من الدراسة واطارها الزمني اكثر اتساعا كان ذلك مبررا لاستخدام العينات، وكذلك كلما تعدد واتسعت المصادر وفئات التحليل، اما في غير ذلك من المجالات فان نظام الحصر الشامل سوف يعطي نتائج اكثر صدقا.

وقدم استخدم الحصر الشامل في الدراسة التحليلية لمضمون التعليقات السياسية في برامج تليفزيون اسرائيل (**مختار التهامي ١٩٧٤م**) حيث كانت الدراسة تستهدف التعليقات المذكورة خلال فترة اربعة شهور فقط من ٧/١ الى ١٩٧٢/١٠/٣١م.

وليس هناك خلاف - تقريبا - في طرق اختيار العينات وأنواعها في البحوث العلمية، كما تقدمها الدراسات الخاصة بالبحث والاحصاء الاجتماعي[1]، الا أن الخلاف يقع فقط في طبيعة المشكلات الاعلامية وبحوث تحليل المحتوى وتطبيقاتها، مما يدعو الى تناول طرق اختيار العينات من خلال ما تنفرد به بحوث تحليل المحتوى من خصائص:

أولا: خطوات اختيار العينات:

١ - تحديد وحدة العينة Unit of Sample

تتكون عينة البحث من مجموعة من المفردات التي ستخضع للبحث والدراسة، وهذه المفردات هي التي يطلق عليها وحدات العينة، فما لم تكن مشكلة البحث محددة بداية بمصادر معينة كالصحف أو البرامج مثلا، فان الامر يستلزم تحديد وحدة عينة البحث، فدراسة اتجاهات الاعلام الفرنسي خلال حرب اكتوبر ١٩٧٣ م مثلا، تتطلب تحديد وحدة مصادر محتوى الاعلام.. هل هي الصحف، او الاذاعة، او التليفزيون،.. وهل هي صحف الاحزاب أو الصحف المستقلة... أو هل هي الصحف المحافظة أو الشعبية أو كل هذا وذلك.. وهل تقتصر الدراسة على صفحة الرأي أو برامج آراء الجماهير او الافتتاحيات والتعليقات، والسؤال الذي يطرح في هذه المرحلة.. ما هو المصدر الذي يسهم في تحقيق مشكلة البحث ويعطي اكثر النتائج صدقا..؟ واجابة السؤال هي التي تحدد وحدة العينة سواء كانت جريدة او مجلة، الجريدة اليومية او الاسبوعية وكذلك البرامج.. الى آخر هذه الخيارات التي تحقق هدف الدراسة..

وفي الدراسة التحليلية لصورة العرب والاسرائيليين في

---

(١) يرجع في هذا بالتفصيل الى المراجع الاتية: - =

الصحافة الامريكية (**نادية سالم ١٩٧٨ م**)[1] اختارت عينة من المجلات ذات التوزيع القومي العالي، وعينة من المجلات ذات النفوذ، وبهذا كانت وحدة العينة هي المجلة من المجلات ذات التوزيع القومي العالي وذات النفوذ.

وفي دراسة المادة الاخبارية في الاذاعة المصرية (**فوزية فهيم ١٩٧٣ م**) اختارت المادة الاخبارية التي يذيعها البرنامج العام كوحدة عينة.

وقد تكون وحدة العينة هي المستوى التالي للمصدر بعد ذلك مثل الصفحة، أو المقال في الصحف او التعليق في البرامج الاخبارية..

وقد اختيرت الصفحة الاولى من الجرائد اليومية للصحف المحافظة والمعتدلة والشعبية في انجلترا وقريناتها في الصحف المصرية كوحدة عينة في دراسة الخبر في الدول المتقدمة والنامية (فاروق ابو زيد ١٩٨١ م).

٢ - تحديد اطار العينة Frame of Sample

وهو عبارة عن تصنيف لكل المصادر الاعلامية التي تحقق اهداف البحث وتتخذ أساسا للتعميم، وبمعنى آخر، جدولة

- Weisbery, Herbert, F., & Bowen Bruce, D., **An Introduction to survey reaserch and Data Analysis.,** Freamen and company. San Francisco 1977, P.P. 17 - 21.

- Bailey, Kenne the, D., op. cit. P.P. 69 - 90.

- عبد الباسط محمد، مرجع سابق، ص. ص ٤٣٧ - ٤٦٤.

- مختار محمود الهاني، **مقدمة في طرق الاحصاء الاجتماعي** (مؤسسة شباب الجامعة - الاسكندرية). ص. ص ٣٣ - ٥٧.

(١) نادية سالم: **صورة العرب والاسرائيليين في الولايات المتحدة الامريكية**، مرجع سابق. ص.ص.٤٩ - ٥٢.

المجموعات من هذه المصادر التي تناولت الرسالة الاعلامية والتي سيتم من خلالها اختيار وحدات العينة او مفرداتها.

فالبحث في المحتوى يتطلب تحديد المصادر التي تمثل مجتمع البحث، ويتم منها اختيار العينات، ونظرا لضخامة عدد هذه المصادر في بعض دول العالم*، فإنه يتم تصنيف هذه المصادر طبقا لاحد المعايير الخاصة بدورية الصدور، او ارقام التوزيع، جغرافية الصدور، اتجاهات الصحف، جمهور القراء، مستوى التخصص... الى آخر المعايير التي يضعها الباحث في اعتباره عند تحديد اطار العينة.

فالبحث في الاتجاهات الدولية مثلا يتطلب تحليل محتوى الصحف العامة بينما تتطلب دراسة الرأي العام المحلي تحليل هذه الصحف بجانب الصحف الاقليمية والصحف المتخصصة بصرف النظر عن ارقام التوزيع، بينما قد تراعى ارقام التوزيع واقليميته في الدراسة الاولى، والبحث في الرأي العام الطبقي او الفئوي او الاقليمي، يتطلب دراسة الصحف طبقا لهذا المعيار. والكثير من دول العالم تصدر القوائم الخاصة بهذه الاصدارات مثل الكتاب السنوي للكتاب والناشرين في امريكا، والتقويم العالمي للصحف الذي يصدر عن اتحاد الصحف في امريكا أيضا.

ومن خلال مثل هذه القوائم يمكن للباحث ان يحدد اطار العينة تحديدا دقيقا، يتجاوز معه قدرا من مستويات خطأ الصدفة والتحيز في اختيار العينة.

(*) يصدر في الولايات المتحدة فقط ١٩٣٥ صحيفة، وتصدر الهند ٨٣٥ صحيفة راجع تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاعلام - اليونسكو ١٩٨٠ م.

وهناك عدة شروط يجب توافرها في اطار العينة:

- الكفاية **Adequacy**، وهذا يعني ان يتضمن اطار العينة كافة الفئات التي تخدم اهداف البحث، فليس من المقبول في دراسة اتجاهات الصحف ازاء فئة معينة الاكتفاء بالصحف العامة فقط دون الصحف الاقليمية او صحف الولايات في الدول الكبيرة، او الاكتفاء بصحف الحزب الحاكم فقط لدراسة الرأي العام المحلي في دولة ما او دراسة الاهتمام بالمرأة في الصحف النسائية فقط دون الصفحات المتخصصة في الصحف العامة.

ففي هذه الاحوال لن يكون اطار العينة كافيا لاختيار عينة ممثلة تحقق مطلب الصدق في تفسير النتائج.

- الكمال **Completness**، حيث لا يمكن الاكتفاء بالقوائم المنقوصة عن الصحف أو البرامج، نتيجة التقادم التاريخي لهذه القوائم أو سقوط بعض المصادر منها، مما يؤدي الى التحيز غير المقصود في اختيار العينة.

- الدقة **Accuracy**، في البيانات الخاصة بالمصادر المختلفة مثل تواريخ الصدور وأرقام التوزيع والناشرين، حيث تقدم مثل هذه البيانات مؤشرات هامة في اختيار العينة

- التنظيم **Systimatic**، في عرض المصادر وتصنيفها طبقا للمعايير المختلفة سوف يوفر على الباحث االوقت والجهد في اختيار العينة.

٣ - **تحديد حجم العينة Sample Size**

ليس هناك اتفاق عام على تحديد الحجم الامثل للعينة في البحوث الاجتماعية والانسانية حتى الان، حيث يعتمد تحديد حجم العينة على طبيعة المجتمع وأغراض الدراسة[١].

---

(1) Bailey, Kenneth, D., op. cit P. 84.

وكثيرا ما يلجأ الباحثون الى الاسترشاد بالخبرات والدراسات السابقة في تحديد حجم العينة، الا أن هذا الاتجاه ليس صحيحا في جميع الاحوال، فدرجة تجانس المجتمع قد تختلف من دراسة الى اخرى، الامر الذي يؤدي الى تراكم اخطاء نظام العينات.

وقد اتخذت الدراسة التي قام بها ستمبل **Stemple** لتحديد حجم العينة مرشدا للكثير من البحوث في السنوات التالية، فقد قام ستمبل بمقارنة نتائج خمس عينات في الاحجام التالية ٦، ١٢، ١٨، ٢٤، ٤٨ عددا من صحيفة وقارن نتائجها بمتوسط موضوع واحد في جريدة واحدة على مدار العام لتحديد الحجم الامثل للعينة، ووجد ستمبل ان العينات الخمس متفقة النتائج مع متوسط للعام، وأن زيادة العينة عن ١٢ عددا لا تقدم تفاوتا ملموسا في النتائج، ومنذ أن نشرت تلك الدراسة، استخدم عدد من الباحثين العينات الصغيرة في دراسات تحليل المحتوى، فدرس هاتشن **Hachen** صحف الاحد خلال الفترة من ١٩٣٩ - ١٩٥٩ واكتفى بثلاث اعداد لكل سنة من سنوات الدراسة، متعللا بأنه اذا كان اختيار ١٢ عددا يعتبر كافيا بالنسبة الى ٣١٢ عددا في السنة فان ثلاثة اعداد تعتبر كافية لاثنى وخمسين عددا أسبوعيا، وبينما قدمت هذه الدراسة مثلا لاستخدام العينة الصغيرة فان الحذر يجب أن يسود عند اختيار العينات الصغيرة نتيجة للمخاطر التي تسببها[١].

ورغم اننا لا نجد تحديداً مانعا جامعا للحجم الامثل للعينة، الا أننا نرى أن تحديد حجم العينة في بحوث تحليل المحتوى يتوقف على بعض العوامل منها:

---

(1) Budd, R., op. cit. P. 20.

- درجة تجانس الاصدارات محل الدراسة، فكلما كانت هذه الاصدارات متجانسة الى حد بعيد في جوانب كثيرة مثل دورية الصدور واتجاهات السياسة التحريرية وأساليب الممارسة الفنية مثلا، فان اختيار عينة صغيرة يكون مقبولا.
- دورية الصدور أو النشر أو الاذاعة، فكلما كانت هذه الدورية متباعدة كان ذلك ادعى الى اختيار عينة كبيرة الحجم، لان تباعد الدورية مع صغر حجم العينة سوف ينتج عنه اخطاء تقلل من مستوى صدق النتائج.
- عدد الصفحات أو ساعات الارسال، فالتوسع في هذا العامل يتيح الفرصة لمزيد من النشر والتغطية للاحداث والوقائع، وهذا يتيح بالتالى استخدام العينات الصغيرة بثقة اكبر.
- تكرار النشر او الاذاعة للوقائع والاحداث، فكلما كان هذا التكرار متزايدا أتاح الفرصة لتمثيل العينات الاصغر، بينما يتطلب التكرار المحدود استخدام عينات اكبر للخروج بنتائج دقيقة وصادقة عن المحتوى.

ومع استخدامنا للتعبيرات الكمية اللفظية - اكبر وأقل - الا أننا لا نستطيع أن نجزم بالحجم الامثل للعينة، فهذا يحدده الباحث تبعا لمتطلبات الدراسة وأهدافها، ومع اعترافنا بأن الاتفاق المطلق بين نتائج العينة والمجتمع من الامور المستحيلة فانه يصبح من مهام الباحث المنهجية تقليل التفاوت بينهما الى اقل حد ممكن.

وهناك العديد من الدراسات الاحصائية التي يمكن ان تحدد حجم العينة بالنسبة للمجتمع في حدود مستويات مفترضة للثقة او الخطأ المسموح به[1].

---

(١) يرجع في ذلك الى مراجع الاحصاء الاجتماعي والتطبيقي ومنها: =

فتحديد حجم العينة احصائيا يتوقف على بعض العوامل يحددها الاخصائيون في :

- حجم المجتمع الاصلي والذي ستسحب منه العينة.
- نسبة الخطأ المسموح به عند تحديد حجم العينة.
- معامل التشتت بين مفردات العينة او مفردات المجتمع.

ولا شك أنه في استخدام هذا الاسلوب علينا ان نتحفظ تماما في افتراضاتنا، ونعتبرها مجرد مرشد وموجه لتحديد حجم العينة، فهذه الصيغة الرياضية مشتقة اساسا من اسلوب عمل الاختبارات الاحصائية، ولا يعتبر الحجم الذي توصلنا اليه ملزما لان الافتراضات ايضا غير ملزمة، وكل ذلك ما هو الا مجرد اضواء كاشفة تحدد ملامح اسلوب العمل في هذا المجال بطريقة موضوعية غير متميزة وفي حدود أقل خطأ ممكن[١].

ويشير بيرلسون الى اهمية الدقة في اختيار العينة التي يمكن ان تفي بالغرض متى توفرت الدقة الكاملة، فالعينة الصغيرة التي تختار بدقة توفر نتائج صادقة مثل النتائج التي نحصل عليها من العينة الاكبر، بالاضافة الى ما توفره من جهد وتكلفة في اختيارها[٢].

= - احمد عبادة سرحان، **مقدمة في طرق التحليل الاحصائي** (القاهرة - بدون).
- السيد محمد خيري، **الاحصاء في البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية** (دار الفكر العربي - القاهرة - ١٩٥٧).
- عبد المنعم ناصر الشافعي، حسن محمد حسين وآخرون، **الاحصاء الاجتماعي** (مكتبة النهضة المصرية - القاهرة - ١٩٥٤ م).
- مختار محمود الهانسي، مرجع سابق.

(١) نفس المرجع السابق ص ٣٩.

(2) Berlson, B., op. cit, P. 178.

ولذلك فالعبرة في النهاية بمستوى الدقة في الاختيار ومستوى تمثيل المجتمع الاصلي، وهذه الدقة تتطلب بعضا من الاجراءات التي تستهدف التقليل من الاخطاء بقدر الامكان.

٤ - تحديد نوع العينة وطريقة اختيارها Sampling Technique

تختلف انواع العينات باختلاف طرق اختيارها، وان كانت جميعها تستهدف التمثيل الصادق للمجتمع، ورغم تعدد التصنيفات الخاصة بالعينات وأنواعها، الا انه في بحوث الاعلام قد تفرض طبيعة الدراسة وأهدافها اختيار اكثر من طريقة لتحديد العينات حتى يتحقق الباحث الى اقصى مدى من توافر الموضوعية والبعد عن التحيز.

وعادة ما تصنف العينات تبعا لتدخل الباحث في اختيارها الى نوعين، النوع الاول وهي العينات العشوائية Random Sample أو ما تسمى بالعينات الاحتمالية Probability نتيجة لان حسابها يخضع لقوانين الاحتمالات، وتعطي فرصا متساوية لجميع المفردات في الاختيار وتمكن من قياس اخطائها، والنوع الثاني هو العينات العمدية Purposive Sample أو ما تسمى بالعينات غير الاحتمالية Nonprobability Sample وبينما يستخدم النوع الاول بتوسع في البحوث الاجتماعية والانسانية، نجد ان النوع الثاني نادرا ما يستخدم لتدخل العامل الشخصي بوضوح في الاختيار مما يؤدي الى عدم امكان التعميم من خلالها، وبصفة عامة فان اهم انواع العينات المستخدمة في تحليل المحتوى هي:

* **العينة العشوائية البسيطة Simple Ramdom Sample**

وفي هذه الحالة يختار الباحث من بين المصادر الاعداد بطريقة عشوائية حتى يصل الى الحجم المحدد للعينة، وكما أن هذه الطريقة تحقق فرصا متساوية لجميع المفردات في الاختيار فانها تتيح للباحث تقدير الخطأ الناتج عن العشوائية باستخدام القوانين الرياضية للاحتمالات.

★ **العينة العشوائية المنتظمة Systimatic Random Sample**

وفي هذه الطريقة يقوم الباحث باختيار أول عدد من المصادر بطريقة عشوائية، ثم يقوم باختيار المفردات التالية للعينة بطريقة منتظمة على أساس تساوي البعد الزمني بين كل مفرد، وأخرى تبعاً لنسبة تمثيل العينة الى المجتمع الأصلي، فاذا كانت الاعداد الصادرة خلال الاطار الزمني للدراسة ١٠٠٠ عدد وكان حجم العينة ١٠٠ عدد، فان كل مفردة من العينة سوف تمثل ١٠ مفردات من المجتمع الاصلي.

وفي هذه الحالة يقوم باختيار المفردة رقم (١) من بين الاعداد العشرة الاولى بطريقة عشوائية، ثم يبدأ بعد ذلك بتحديد رقم المفردات التالية، باضافة عشرة الى المفردة السابقة، فاذا كانت المفردة الاولى هي العدد الصادر يوم ٦/٣ مثلا فان الثانية ستكون يوم ٦/١٣ والثالثة ستكون يوم ٦/٢٣... وهكذا. وعلى الرغم من سهولة اختيار العينة بهذا الاسلوب وقلة تكلفتها، الا أنه يخشى من نتائجها اذا ما تبين ان اختيار اليوم الاول أو المفردة الاولى ذات دلالة خاصة كالاعداد الاسبوعية أو الخاصة من الصحف أو البرامج التي تتسم بطابع خاص، وهذا يعني تكرار نفس السمات في المفردات التالية مما يؤدي الى تحيز النتائج وعدم تعبيرها بصدق عن المجتمع الاصلي.

وللتغلب على هذا الخطأ من البداية يجب أن يحدد الباحث المدى Interval بين كل مفردة والتي تليها بحيث يمكن معه تجنب تكرار هذه السمات كفترة الاسبوع أو النصف شهر أو الشهر مثلا.

ولعل في اسلوب الدورة **Rotation** ما يحقق هذا الهدف، فهو وان كان يتم بطريقة منتظمة الا انه يضمن عدم تكرار التواريخ او الايام.

وهذا يعني ان يختار على سبيل المثال السبت من الاسبوع الاول

والاحد من الاسبوع الثاني والاثنين من الاسبوع الثالث.. وهكذا الى ان يتم بناء الفترة الزمنية للعينة. وقد استخدم هذا الاسلوب في الدراسة التحليلية للشؤون العسكرية ٦٧ - ١٩٧٣م (**محمد عبد الحميد ١٩٧٩م**) في بناء عينة البحث خلال الاطار الزمني للدراسة، على اساس بناء ربع سنة متغير لكل سنة من سنوات الدراسة، وشهر صناعي لكل جريدة (٢٦ يوما) يتكون من اختيار يومين كل اسبوع لمدة ١٣ اسبوعا بأسلوب الدورة ايضا.

واسلوب الدورة في بحوث تحليل المحتوى يحقق العديد من المزايا منها:

- اعطاء فرصة متساوية لجميع ايام الصدور أو الارسال للتمثيل في العينة وضمان عدم سقوط اي يوم منها يترتب عليه تحيزا في النتائج.
- يمكن باستخدام اسلوب الدورة بناء الفترات الصناعية المنتظمة (اسبوع /اسبوعين/شهر مثلا) مع ضمان نفس البعد الزمني بين كل الايام وبعضها بدلا من اقتراب الايام او تباعدها في الاختيار العشوائي لبناء هذه الفترات مما قد يؤدي الى التركيز على ايام معينة او سقوط بعض منها.
- تمثيل كل الاعداد في ايام الصدور او البرامج في ايام وساعات الارسال على مدار الاسبوع يمكن من تحقيق المقارنة المنهجية السليمة بين الفترات وبعضها لثبات العامل الخاص باختيار العينة.
- اتباع هذا الاسلوب يقتضي بداية استبعاد الاعداد الاسبوعية أو الخاصة التي قد تمثل او لا تمثل في الفترات لعدم ضمان تكرار يوم صدورها، مما يؤدي الى عدم صدق النتائج.

★ العينة العشوائية الطبقية **Stratified Random Sample**

وتقوم هذه الطريقة على اساس البدء بتقسيم او تصنيف مجتمع البحث الى طبقات او فئات تبعا لاحد المعايير الخاصة بمواصفات الاصدار أو الارسال، ثم نبدأ باختبار العينات من داخل كل فئة او طبقة بالطريقة العشوائية.

وفي تحليل الصحف مثلا يمكن تقسيمها الى فئات تبعا لارقام التوزيع، او رأس المال المستثمر، او التغطية الجغرافية، او اتجاه السياسة التحريرية، او جمهور الصحيفة، وهكذا بالنسبة للبرامج أو الاذاعات.

وعادة ما تفرض طبيعة الدراسة على الباحث ان يلجأ الى هذه الطريقة في اختيار الاسماء من الصحف او البرامج التي سوف يقوم بتحليلها، وقد استخدمت هذه الطريقة الطبقية في دراسة الخبر في المجتمعات المتقدمة والنامية **(فاروق ابو زيد ١٩٨١ م)** حيث قسمت الصحف من البداية على اساس السياسة التحريرية الى صحف محافظة، وصحف شعبية، وصحف معتدلة في كل من انجلترا ومصر.

وليس هناك ضرورة للاختيار العشوائي من العينة الطبقية بعد ذلك، فقد يلجأ الى اي طريقة اخرى في اختيار الاعداد بعد ذلك من داخل الاسماء التي اختارها على الاساس الفئوي او الطبقي، كالاسلوب المنتظم او اسلوب الدورة.

وبصفة عامة فان اختيار العينة الطبقية عادة ما يلجأ اليه الباحث في مرحلة اختيار العينة من الاسماء وليس من الاعداد.

★ العينات العمدية او غير الاحتمالية
Purposive, Nonprobability Samples

وهي العينات من اسماء الصحف او البرامج او الاعداد والايام التي يلجأ الباحث الى اختيارها تبعا لمواصفات معينة محددة مسبقا، بحيث لا يكون لفريق البحث حرية الاختيار، ومن انواع هذه العينات، العينة الحصصية Quota Sample، فدراسة الرأي العام النوعي داخل القوات المسلحة او بين المزارعين او النقابات يفرض على الباحث اختيار اسماء الصحف التي تعبر عن اتجاهات هذه الفئات، وقد تختار العينات من اسماء واعداد هذه الصحف بنسبة تمثيل هذه الفئات في المجتمع.

وقد فرضت دراسة **مراكز الاهتمام في الصحف العسكرية في مصر ١٩٥٢ - ١٩٧٣م**[١]. اختيار الصحف العسكرية دون غيرها لتحقيق اهداف الدراسة.

وهناك ايضا عينة التجمعات Cluster Sample، مثل اختيار الاسماء من بين الصحف الاقليمية، او تمثيل هذه الصحف في العينة بنسبة حجم الصحيفة او حجم جمهورها في هذه المناطق أو الاقاليم، او اختيار الصحيفة من بين السلاسل الصحفية التي تصدرها مؤسسة واحدة.

وعادة مالا تتعرض العينات العمدية في بحوث تحليل المحتوى الى النقد الذي يوجه لها في الدراسات الاجتماعية، لان هذه العينات تفرضها طبيعة الدراسات الاعلامية التي تهتم بالوسائل الاعلامية واتجاهاتها طبقا للتقسيمات والتصنيفات العمدية، وتعتبر مرحلة من مراحل تحديد العينة في اختيار الاسماء من بين

---

(١) محمد عبد الحميد: **مراكز الاهتمام في الصحف العسكرية**، في: الصحافة العسكرية في مصر ٥٢ - ١٩٧٣م، **دراسة تاريخية مقارنة** (القاهرة - مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام - ١٩٨٢م).

المصادر، والتي قد تكون مفردة واحدة او اكثر لا يتجاهلها الباحث في دراسات المحتوى (صحيفة واحدة او برنامج واحد أو اكثر).

★ **العينة متعددة المراحل Multi Stage Sample**

وتبعا لهذه الطريقة في الاختيار، فان الباحث يلجأ الى اختيار اكثر من عينة على مراحل مختلفة للوصول الى العينة التي سيجري عليها العمل، وتعتبر هذه الطريقة شائعة الاستخدام تفرضها طبيعة بحوث تحليل المحتوى.

فالوصول الى المحتوى يمر بعدة مراحل لاختيار عينة منه، ويستخدم الباحث في هذه المراحل طريقة او عدة طرق لاختيار عينة من الاسماء والاعداد والمحتوى، كالاتي:

- عينة من المصدر أو الاسماء.
- عينة زمنية من فترات الاصدار أو الارسال.
- عينة من وحدات المحتوى تحقق اهداف الدراسة.

ويمكن اختيار عينة المصدر اما بالطريقة العشوائية او الطريقة العمدية تبعا للهدف من الدراسة وتعدد المصادر ومستوى تجانسها، على أن يراعي الباحث في الدراسة المقارنة وحدة أسس اختيار عينة الاسماء مثل التوزيع الجغرافي او ارقام التوزيع أو انماط الملكية أو رأس المال المستثمر أو السياسة التحريرية.. الى آخر هذه الاسس السابق ذكرها.

أما بالنسبة لاختيار الاعداد فاننا نرى ان اسلوب الدورة يعتبر أسلوبا مناسبا يحقق تمثيل كل الايام في الفترة الزمنية فيرتفع بمستوى تمثيل العينة للمجتمع.

وفي حالة تعدد الطبعات في اليوم الواحد فان الباحث يكون امام عدة خيارات، منها اختيار الطبعة التي توزع على اكبر عدد من القراء

(الباحث يو Yoa في تحليله لاخبار العينة في صحف شيكاغو في عام ١٩٤٩ م)[١] أو الطبعة الاولى او الاخيرة، او الطبعات الدولية او القومية.... وهذا الاختيار يتوقف على طبيعة الدراسة وأهدافها ورؤية الباحث للاسس التي يتبعها، بشرط وحدة استخدام هذه الاسس بين كل المصادر في حالات الدراسة المقارنة.

وما لم تكن الدراسة محددة منذ البداية بالمحتوى المطلوب دراسته، فان الباحث يلجأ الى اختيار عينة من المحتوى تتم عليها عملية التحليـل، كـاختيـار المقـال الافتتـاحي من بين انواع المقـال مثـلا (افتتاحي - رأى - عمود) أو دراسة الرأى العام المحلي من محتوى صفحات أو اركان بريد القراء أو التحقيقات الصحفية.

وبصفة عامة نجد في معظم بحوث تحليل المحتوى ان الهدف من الدراسة عادة ما يوجه الباحث الى تحديد المحتوى المطلوب واسلوب تقديمه وموقعه من الصفحة أيضا.

اما وحدة المساحة الاساسية كعينة من المحتوى التي اشار اليها باد[٢] فليس هناك ضمان في رأيي لتمثيل هذه المساحات المختارة للعناصر التي تتطلبها الدراسة وأهدافها.

ولـذلـك فـاننـا نرى ان الاختيـار العمـدي للمحتوى هو أفضـل الخيارات، حيث تحدد الدراسة وأهدافها ومتطلباتها المحتوى موضع التحليل، ويضمن بالتالي وحدة أسس المقارنة.

أخطاء نظام العينات:

على الرغم مما يوفر نظام العينات من مزايا تتمثل في توفير الوقت

(1) Budd, R., op. cit, P. 27.

(2) Ibid., op. cit, P. 28.

والجهد والنفقات في العمل، والدقة في جمع البيانات وتصنيفها، الا أن الباحث لا يستطيع ان يتجنب اخطاء هذا النظام التي تحول دون التقرير بتمثيل العينة المطلق لمجتمع البحث، وتصبح مهمة الباحث العمل بقدر الامكان على التقليل من هذه الاخطاء الى اقصى حد ممكن.

وتنقسم اخطاء المعاينة الى نوعين رئيسيين:

١ - **أخطاء طريقة اختيار العينة**: ذلك ان كل اسلوب من اساليب اختيار العينة يؤدي الى حدوث قدر من الخطأ، ما دمنا لن نعتمد على اسلوب الحصر الشامل، وابرز هذه الاخطاء هو خطأ الصدفة Chance Error الذي يرتبط بالعينات العشوائية او الاحتمالية، نتيجة عدم ضمان اتفاق متوسط العينة مع متوسط المجتمع.

وفي بحوث تحليل المحتوى يظهر هذا الخطأ في الاختيار العشوائي للعينة الذي يؤدي الى وجود اختلافات في ارقام التوزيع، او الاموال المستثمرة، او ساعات الارسال، او عدد الذين يتعرضون للمحتوى، أو يؤدي الى التركيز على فترة او ايام معينة خلال الاطار الزمني واغفال فترات وايام اخرى نتيجة للاختيار العشوائي، مما يؤدي الى غياب مشيرات معينة أو التركيز عليها في المحتوى فتؤثر في الاستدلال.

وهذا الخطأ يتناسب عكسيا مع حجم العينة[1] فكلما زاد حجم العينة كلما قل الخطأ، حتى يصل الى الصفر في حالة نظام الحصر الشامل.

وهناك عدة طرق في علم الاحصاء لحساب حجم العينة

(1) Holsti, Ole, R., op. cit P. 133

الامثل في حدود قدر الثقة ونسبة الخطأ المسموح به في الاسلوب العشوائي، بينما لا يمكن حساب هذا الخطأ في حالة الاساليب العمدية.

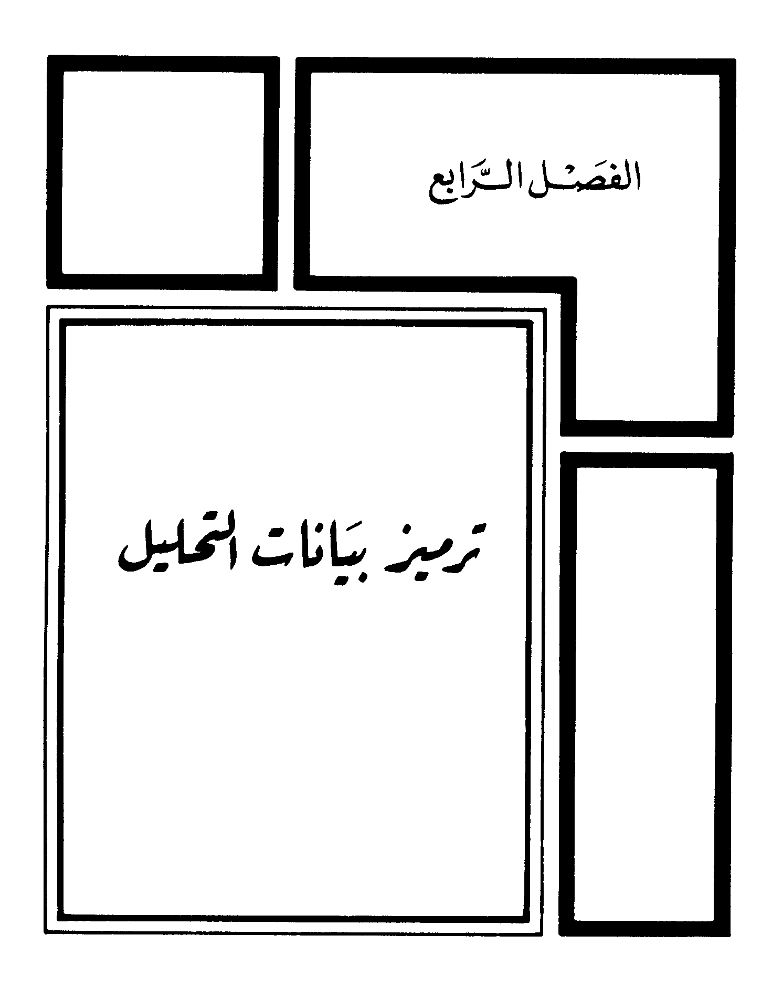
٢ - **خطأ التحيز Bais Error**، وهذا الخطأ ينتج عن سيطرة الاتجاهات الذاتية على الباحث في اختيار العينة، او عدم توفر الشروط الخاصة بتحديد اطار العينة، وهذا الخطأ من عيوب العينات العمدية.

واذا كان خطأ الصدفة يمكن تقليله بزيادة حجم العينة، فان هذا الخطأ لا يمكن تقديره بدقة، ولذلك فانه يجب على الباحث أن يتحرى الأسباب التي تؤدي الى حدوث هذا الخطأ وتجنبها بقدر الامكان حتى يمكن ان يطمئن الى سلامة النتائج.

ويجب النظر الى نظام العينات من خلال اهميته في منهج تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، والذي يعتبر من اهم سماته استخدام العينات نظرا لسعة الاطار الوثائقي او الزمني لمادة التحليل، مما يشكل صعوبة في استخدام نظام الحصر الشامل في عملية تحليل هذه الوثائق، وهذا يفرض على الباحث أن يتحرى الدقة الكاملة في تصميم اختيار العينات بشكل مناسب يتفق مع أهداف الدراسة وطبيعتها، وأن يكتسب المهارات الاحصائية اللازمة التي تجعله يطمئن الى سلامة اجراءات نظام العينات ونتائجه.

★ ★

★



الفصل الرّابع

ترميز بيانات التحليل



ترميز بيانات التحليل

يقصد بهذه العملية مجموعة المراحل التي يتم من خلالها تحويل محتوى الاعلام الى وحدات قابلة للعد والقياس.

وهذه المراحل تمثل السمات الاساسية للتحليل الكمي للمحتوى، ولان نجاح الباحث أو فشله في تصميم هذه المراحل واتخاذ القرارات المرتبطة بها، يتوقف عليه الى حد بعيد مدى دقة وصدق النتائج، فان الباحث لا يبخل على هذه المراحل بالوقت والجهد الكافي الذي يمكن ان يوفر الكثير في مراحل تجميع البيانات واستخلاص النتائج.

وبصفة عامة ليست هناك طريقة مثلى للترميز يمكن استخدامها للاجابة على كل التساؤلات البحثية، ولكن هناك مبادىء عامة يستخدمها الباحث ليقرر كيف يقوم بترميز البيانات[١].

- ارتباط القرارات الخاصة بطرق الترميز بالفروض والتساؤلات واطار النتائج المستهدفة.
- هذه القرارات يجب أن تنطلق من الاطار النظري للبحث، وان يكون هناك اتفاق كامل بينها لتحقيق مطلب الصدق.
- عدم الغوص في اعماق البيانات بدون اهداف محددة.

(1) Holsti, Ole, R., P. 99.

وباختصار فان الباحث ما لم يحدد السبب من عملية التحليل، فانه لن يتمكن من صياغة خطة الترميز وكيفية تنفيذها.

وتتضمن خطة الترميز ثلاثة قرارات هي:

١ - تصنيف المحتوى وتحديد فئاته.

٢ - تحديد وحدات التحليل.

٣ - تصميم استمارة جمع البيانات (الفئات ووحدات التحليل والبيانات الاولية عن الوثيقة).

ثم يلي ذلك خطة العد والقياس لتقييم الوحدات المختارة وتقرير النتائج، لتكتمل بذلك الخطوات المنهجية الخاصة بتحليل المحتوى كمنهج مستقل بقرارات وخطط بحثية متميزة.

المبحث الأول

التصنيف وتحديد الفئات

ترتبط عملية التصنيف وتحديد الفئات **Classification and Categorizing** بمفهوم التجزئة **Parting** أي تحويل الكل الى أجزاء ذات خصائص أو مواصفات أو اوزان مشتركة **Participant** بناء على محددات يتم وصفها والاتفاق عليها مسبقا.

وحيث تتوفر هذه المحددات في التراث العلمي او الخبرات السابقة فان الباحث لا يجد صعوبة في تجزئة الكل بناء على هذه المحددات، فاستخدام الاطوال والمساحات ومقاييس الزمن مثلا كمحددات لتقسيم محتوى الوسائل الاعلامية لا تشكل صعوبة لدى الباحث لسبق الاتفاق عليها، ولكن المعاني الكيفية التي ترتبط بمستويات اللغة واستخداماتها مثلا تشكل صعوبة تحتاج من الباحث المهارات الكافية لتجزئة المحتوى بناء على هذه المحددات.

ولان التحليل الكمي للمحتوى يبدأ بتجزئة هذا المحتوى الى

وحدات قابلة للعد والقياس، فان هذه المرحلة تعتبر اكثر المراحل صعوبة، وتحتاج الى دقة ومهارة بالغة من الباحث. وبهذا فان فئات المحتوى Category هي عبارة عن اجزاء اصغر تجتمع فيها وحدة الصفات او الخصائص أو الاوزان، وتعتبر بعد ذلك جيوب أو اماكن يضع فيها الباحث كل ما يقابله من وحدات تجتمع فيها هذه الصفات او الخصائص او الاوزان، ومن خلال الاطار النظري لمشكلة البحث، يبدأ الباحث في هذه المرحلة بصياغة معايير التصنيف Classification Criteria حتى لا تصبح الفئات المختارة مجرد مسميات او عناوين دون دلالات تصنيفية، وتيسر على الباحث عملية التصنيف وتحديد الفئات.

ويمكن تحديد معايير التصنيف من خلال المعارف الاتية أو أحدها:

١ - الاطار النظري لمشكلة البحث.
٢ - حدود ما يثيره البحث من تساؤلات، او فروض علمية.
٣ - اطار النتائج المستهدفة من البحث.

فالدراسة التحليلية لموضوعات الشؤون العسكرية في الصحافة المصرية ٦٧ - ١٩٧٣ م (**محمد عبد الحميد ١٩٧٩ م**) تطرح التساؤلات الاتية التي يحدد منها معيار التصنيف:

- ما هي المجالات الجغرافية التي تقوم الصحف بتغطية وقائعها العسكرية؟ وهذا يفرض على الباحث اختيار المعيار الاقليمي في تصنيف الموضوعات الى محلية /قومية/ عالمية/ معادية، طبقا لاقليم القوات الذي يتم النشر عنه.
- ما هي الادوار التي تقوم بها أقسام الشؤون العسكرية في زمن الحرب (الاطار الزمني للدراسة)؟.

وهذا يفرض اختيار المعيار الوظيفي في تصنيف الموضوعات الى موضوعات تؤدي وظيفة الاعلام/الشرح والتفسير/ الثقافة

العسكرية/ نشر القصص البطولية/ التاريخ العسكري.

- ما هو الشكل الذي يتم به عرض (نشر) الموضوع من خلاله؟.

وهنا يتخذ المعيار الفني في تحرير الموضوعات أساسا في تصنيف الاشكال الى بيان/ خبر/ قصة خبرية/ مقال/ حديث فردي/ حديث جماعة/ صورة/ كاريكاتير.

كما يطرح اطار النتائج المستهدفة هذه التصنيفات والتصنيفات الفرعية وتحت الفرعية لاغراض المقارنة والاستدلال من خلال الاطار الوثائقي والزمني للدراسة.

واختيار معايير التصنيف وتحديد الفئات بناء على هذه المعارف من الامور المتروكة للباحث، حيث لا توجد معايير أو فئات نمطية تصلح لكل البحوث، بشرط أن يسبق تقديم معايير التصنيف والفئات المختارة تعريف دقيق لها يرتبط بموقعها من العمل وأهدافه، يحقق نقطة الالتقاء بين الباحث والقارىء حول هذه التعريفات.

وهذه التعريفات الاجرائية Operational Definitions الخاصة بمعايير التصنيف وتحديد الفئات تحتاج بداية الى وفرة البيانات والمعلومات الخاصة بالاطار النظري للبحث، بجانب المهارة الكافية للباحث في استخلاص المعاني والافكار التي تسهم في بناء هذه التعريفات بدقة من خلال الاطار النظري للبحث.

وحتى يطمئن الباحث الى دقة هذه التعريفات وتعبيرها عن المعاني المراد استخدامها في البحث، فان الباحث يجب ان يقوم باجراء الاختبارات الاولية Pre - Test على هذه التعريفات - كاجراء لتحقيق صدق البناء - بعرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين بداية للوصول الى اتفاق عام أو تقريبي حولها، مع استعادة نتائج التحليل المبدئي للتأكد من تعبير هذه التعريفات عن مفهومها في مشكلة البحث.

ولا يعيب البحث بعد ذلك ان يظهر خلاف حول هذه التعريفات ومفهومها ما دام الباحث قد قام بعملية الاختبار الاولى قبل صياغتها، واعتمد عليها في التعريف، ما لم تكن من التعريفات التي تستند على معايير ثابتة ومستقرة في القوانين او الاعراف او التراث، ففي هذه الحالة فان الباحث يجب ان يعتمد عليها اذا اختلفت مع رؤيته او رؤية الخبراء والمحكمين وهي من الحالات النادرة جدا وان كانت محتملة الحدوث.

ففي دراسة الخبر الصحفي بين المجتمعات المتقدمة والنامية **(فاروق ابو زيد ١٩٨١ م)** قدم معيارا لتصنيف انواع الاخبار قد نختلف عليه وهو التقسيم الموضوعي للخبر، ذلك ان التقسيم الموضوعي يرتبط بذهن القارىء بانتفاء العناصر الذاتية او الشخصية في التقسيم، ولكنه قدم في التعريف الاجرائي بهذا التقسيم مفهوم هذا المعيار على اساس موضوع الخبر (سياسي/ اقتصادي/ اجتماعي/ عسكري/ رياضي.... الى آخره) حتى يوفر نقطة الالتقاء بينه وبين القارىء ولا يؤثر في ثبات النتائج التي تتم على الفئات وليس على المعيار فالخلاف قائم فقط حول سلامة تعريف المعيار.

وباختيار المعايير الصحيحة للتصنيف يحدد الباحث بعد ذلك الفئات الرئيسية والفرعية وتحت الفرعية التي سيقوم الباحث بتصنيف المحتوى في اطارها من خلال الوصف الدقيق لهذه الفئات.

والوصف الدقيق لفئات التحليل يوفر عدة شروط اتفق عليها الباحثون في هذا المنهج[1]:

١ - أن تكون الفئات مستقلة Independent، بمعنى الا تقبل المادة

---

(1) - Holsti, Ole R., op. cit P.P. 95 - 100
- Carney, Thomas, F., op cit, P.P. 167 - 169

المصنفة تحت اي منها، التصنيف تحت غيرها من الفئات، وهذا يتطلب التحديد الدقيق لمعالم الفئات، وبصفة خاصة المعالم التي تميز فئة عن اخرى.

فمن السهل التمييز بين فئتي سياسي واقتصادي، او داخلي وخارجي اما فئة الامني مثلا فانه ينضوي تحتها الامن الداخلي والامن الخارجي، ولذلك يجب تعريف فئة الامني بدقة كاملة بحيث تسمح باستيعاب مفهوم واحد فقط منها تبعا لاهداف البحث، او ادراجها في هذه الحالة تحت المستويات الفرعية للفئات الرئيسية حيث تعتبر فئة امني فئة رئيسية بينما تعتبر فئات الامن الداخلي والخارجي فئات فرعية، وفي حالة تعدد مستويات التصنيف للمحتوى فان التحديد الدقيق لمعالم الفئات يجب أن يكون اساسا للمستوى الاخير من هذه المستويات مثل الفئات الفرعية او تحت الفرعية. ولقد سقط شرط استقلال الفئات في دراسة المادة الاخبارية في الاذاعة المصرية **(فوزية فهيم ١٩٧٧ م)** عندما عرفت فئة الموضوع العسكري بأنها تتعلق بالانقلابات والثورات داخل البلاد المختلفة وكل ما له صلة بعمليات التسليح أو بحجم القوات العسكرية او المناورات والتدريبات العسكرية، كما تتضمن الاعمال الفدائية بالنسبة لقضية الشرق الاوسط، الاضطرابات الناتجة عن التفرقة العنصرية، حروب أهلية او اضطرابات داخلية مثل الوضع في بولندا. فالخلاف هنا حول مفهوم الموضوع العسكري وتعريفه فهو «الموضوع الذي يتناول أوجه نشاط المجتمع العسكري وأفراده وأدواته» والمجتمع العسكري هو القوات المسلحة النظامية في الدولة ولذلك يخرج من عداد هذا التعريف قوات الميلشيا الشعبية او القوات الثورية غير النظامية وأفرادها وأدواتها والتي تخضع لاحكام القوانين المدنية

وليس العسكرية وتحاسب على اعمالها من جانب الدولة بهذه الصفة، وكذلك يخرج من عداد التعريف أيضا أوجه النشاط غير العسكري الذي تقوم به القوات المسلحة لخدمة أهداف غير عسكرية كالانقلابات حيث يعتبر عملا سياسيا وليس عسكريا.

والتعريف الاخير يتفق مع مفهوم العسكر والعسكري التي جاءت في المعاجم العربية. ويكون من نتيجة الخلاف حول التعريف هو تصنيف موضوعات ليست ذات صفة مشتركة مع فئة الموضوع العسكري وتدخل تحتها مما يؤدي الى زيادة حجم هذه الفئة فتؤثر في صدق النتائج التي لن تعبر عن الحجم الحقيقي للفئات.

٢ - **أن تكون الفئات شاملة Exhaustive**، وهذا يعني بناء الفئات بحيث نجد لكل مادة في المحتوى فئة تصنف في اطارها.

وقد يشكل هذا الشرط صعوبة لدى الباحث، حيث لا تفي الفئات المحددة بهذا الشرط، او تؤدي سعة الفئات وتقسيماتها الى صعوبة استخلاص النتائج وتفسيراتها، وفي كلا الحالتين فان النتائج لن تعبر عن اهداف الدراسة.

وبصفة عامة فان هذا الشرط تحدده أطر الاستدلالات التي يستهدفها الباحث، ويسهم في تحقيقه الاطار النظري للبحث ومهارة الباحث العلمية في ادراكه بالمعايير المرتبطة بطبيعة البحث.

وليس هناك معيار او معايير او حدود لتقويم مستوى الشمول في بحوث تحليل المحتوى دون الرجوع الى محتوى الاعلام ذاته الذي تم عليه عملية التصنيف والتحليل، ذلك ان توقف الباحث عن عملية التصنيف يعني تحقيق مطلب الشمول في تحديد الفئات.

وتحقيق هذا الشرط مرهون بالاستهلال العلمي الدقيق لعملية التصنيف وتحديد الفئات. وقد يجد الباحث امام مطلب تحقيق هذا الشرط ان يلجأ الى صياغة فئة « أخرى، او الى آخره » ليصنف تحتها من المادة ما لا يجد لها توصيفا دقيقا يضعها في اطـار الفئـات المختـارة (الرأي العـام المصري في الستينـات والسبعينـات - المركز القومي للبحوث الاجـتماعيـة والجنـائيـة ١٩٧٩ م)، وهذه الفئات ينصح بعدم استخدامها - رغم شيوع الاستخدام في العلوم الاجتماعية - لانها أصبحت فئات بالية[١].

٣ - **ويعتبر من قبيل الاضافة ان نؤكد على شرط وفائها باحتياجات الدراسة وأهدافها Adequacy**، ذلك ان صياغة الفروض أو طرح التساؤلات سوف تقود الباحث الى تحديد الفئات الملائمة لاختبار هذه الفروض أو الاجابة على التساؤلات، وحتى لا يتوسع الباحث في تحديد فئات تزيد عن احتياجات الدراسة وتتطلب وقتا وجهدا يطيل من فترة البحث دون حاجة الى ذلك.

وتعتبر الشروط السابقة مطالب اساسية لتحقيق صدق وثبات النتائج، ولذلك فان الباحث يجب ان يستخدم كافة المهارات العلمية المتوفرة لديه ولدى الاخصائيين في اطار البحث نظرا لما يتميز به محتوى الاعلام من تعقيدات ترتبط بتنوع الافكار في الموضوع الواحد.

ولتحقيق هذه الشروط يلجأ الباحث الى:

- اكتساب كافة المعارف والمهارات العلمية المرتبطة باطار البحث.
- اعطاء مرحلة التحليل المبدئي الاهتمام الكافي للخروج بنتائج كيفية اولية تسهم في بناء هذه الفئات.

(1) Carney, Thomas, F., op, cit, P. 167.

والمطلبان السابقان يحققان للباحث الالفه والمعايشة الكافية لبيانات البحث، تيسر له تحقيق شروط وصف الفئات.

ومع تواتر بحوث تحليل المحتوى في مجالات الاعلام، استخدم العديد من الفئات التي تصلح للاسترشاد بها، دون ان نصل بالامر الى الاعتقاد بوجود فئات نمطية تصلح لكل الاستخدمات.

ويثير الاستخدام الحالي للحواسب الالية والالكترونية في تحليل المحتوى الحاجة الى تنميط الفئات وتوحيدها، ورغم فائدة هذه المطلب في الدراسات المقارنة، الا انه يصعب تطبيقه من الناحية العملية لاختلاف سمات المحتوى وخصائصه وأسلوب تناوله في الوسائل الاعلامية المختلفة، حتى مع وحدة استخدام التحليل او النتائج المستهدفة.

وقد بحثت فكرة تنميط فئات تحليل المحتوى في ابحاث لجنة مؤتمر بحوث العلوم الاجتماعية في عام ١٩٥٥ م في امريكا، لكنها قوبلت بالشك في صلاحية استخدام الفئات الموحدة، في كل مجالات التحليل، حتى لو تمت بحوث تحليل المحتوى على متغير واحد وتم بناء فئات صالحة لهذا المتغير[١].

وبصفة عامة يمكننا ان نقرر ان معايير اختيار الفئات تختلف من بحث لاخر تبعا للاطار النظري للبحث والتساؤلات والفروض المطروحة واطار النتائج المستهدفة.

أنواع الفئات الشائع استخدامها:

يراعي المصدر أو المرسل وهو بصدد اعداد الرسالة الاعلامية للنشر أو الاذاعة جانبين حتى يتحقق للرسالة التأثير المستهدف، فهو أولا يهتم

(1) - Stone, Phillip, J., et al, op. cit P.P. 42 - 43
- Pool, Ithiel de sola,. et al., op. cit P.P. 212 - 213.

بالمعاني والافكار التي تضمها الرسالة، وثانيا بالشكل او الاطار أو القالب الذي سوف تقدم فيه هذه الرسالة لتحقيق اهداف النشر أو البث والاذاعة.

وعلى هذا فان تراث تحليل المحتوى اهتم بالتفرقة بين هذين الجانبين لتحديد انواع الفئات الشائع استخدامها في بحوث تحليل المحتوى، حيث يتم التفرقة بين المادة التي تحتويها الرسالة والشكل الذي تقدم به، اذ يثار عادة سؤالان قبل بداية التحليل واختيار الفئات.

السؤال الاول ماذا كتب...؟ أو ماذا قيل...؟ What، واجابة هذا السؤال تتناول مادة المحتوى والافكار والمعاني التي يحتويها.

والسؤال الثاني هو كيف كتب أو قيل...؟ How وتتناول اجابته الشكل الذي يقدم به المحتوى من خلال الوسيلة الاعلامية.

وتعود معظم الكتابات في موضوع الفئات الى التصنيفات الشائعة التي قدمها بيرلسون والتي اتخذت اساسا للتصنيف في البحوث العربية والغربية[1] وطبقت بنجاح في البحوث العديدة التي استخدمت تحليل المحتوى، وهي على سبيل المثال:

اولا: الفئات التي تجيب على السؤال ماذا قيل...؟ What

١ - **فئة الموضوع Subject Matter**، وتستهدف هذه الفئة الاجابة على السؤال علام يدور موضوع المحتوى، وتفيد هذه الفئات في الكشف

(١) راجع في ذلك:
- مختار التهامي، مرجع سابق ص. ص ٣١ - ٣٥.
- سمير بن حسين، **تحليل المضمون**، مرجع سابق، ص. ص ٧٨ - ١٠٢.
- Berlson, B., op. cit P.P. 147 - 165
- Holsti, Ole R., op. cit P.P. 105 - 116.

عن مراكز الاهتمام في المحتوى، ذلك أن الوسيلة الاعلامية تعطي اهتماما للموضوعات التي تتفق مع سياستها التحريرية، فما ينشر منها يعتبر أهم مما لا ينشر، وما ينشر بتوسع يعتبر أهم أيضا مما ينشر في مجالات محدودة أو أوقات متفرقة ويقل تكرار النشر فيها عن غيرها مما يحتل الاهتمام لدى الوسيلة الاعلامية.

وقد استخدمت هذه الفئة في دراسة المادة الاخبارية في الاذاعة المصرية (**فوزية فهيم ١٩٧٩ م**) حيث قسمت مدخلات الاخبار ومخرجاتها تبعا لهذه الفئة الى (سياسي/ عسكري/ اقتصادي/ ثقافي وعلمي/ ديني/ جرائم/ انساني واجتماعي/ رياضي/ جوي) لتحقيق فروضها بوجود علاقة بين نوعيات مدخلات الاخبار ومخرجاتها وتركيز الاذاعة المصرية على موضوعات قضية الشرق الاوسط دون الموضوعات المحلية والعربية والاجنبية.

وفي دراسة مراكز الاهتمام في محتوى الصحف العسكرية (**محمد عبد الحميد ١٩٨٢ م**) استخدمت فئة الموضوع للكشف عن المحتوى النوعي ومستويات الاهتمام به خلال الاطار الزمني للدراسة، والمقارنة الكمية بين هذه المستويات، وارتباط هذا الاهتمام بالقضايا السياسية والعسكرية والاجتماعية التي عاصرتها الصحف العسكرية خلال الاطار الزمني.

وتم تقسيم المحتوى الى فئات رئيسية وأخرى فرعية تفيد في الاجابة على تساؤلات البحث هي المحتوى السياسي (رئيسية) تصنف الى القضايا القومية (فرعية ١) والاخيرة تصنف الى فئات تحت الفرعية هي العلاقات القومية/ مساندة الثورات التحريرية في الوطن العربي/ الصراع العربي الاسرائيلي والقضايا الدولية (فرعية ٢) وتدور حول الخطوط العامة للسياسة الخارجية التي سارت عليها مصر منذ قيام الثورة وامتدت لسنوات طويلة خلال فترة الدراسة وهي محاربة الاستعمار والاحلاف التكتلات/ دعم سياسة الحياد الايجابي وعدم

الانحياز/ مساعدة الثورات التحريرية في العالم (فئات تحت الفرعية) وهكذا في المحتوى العسكري (رئيسية) والاجتماعي (رئيسية) الذي ينقسم بدوره أيضا الى فئات فرعية وتحت الفرعية تبعا لاهداف الدراسة.

وعلى اساس فئة الموضوع تم تصنيف رسائل القراء في دراسة الرأي العام المصري في الستينات والسبعينات **(المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٧٨م)** الى قضايا اقتصادية/ سياسية/ خدمات/ اجتماعية/ تعليمية/ ثقافية/ فنية/ رياضة وشباب/ عسكرية/ صحية/ قانونية وقضائية/ دينية.

وتبدأ عملية تصنيف المحتوى الى فئات الموضوع تبعا للفكرة الوحيدة التي يدور حولها السياق وتؤكدها المشيرات الدالة على هذه الفئات، واحتواء الموضوع على فكرة واحدة (كما هو في حالة الاخبار مثلا) لا يثير لدى الباحث مشكلة في التصنيف، ففي هذه الحالة يكون الموضوع مرادفا للفكرة والتي تستخدم كوحدة تحليل ويصبح ايضا الموضوع في هذه الحالة وحدة تحليل بجانب كونه وحدة تصنيف.

ولكن احتواء المادة على اكثر من فكرة كما هو شائع في المقالات او التعليقات، رغم وحدة الفكرة في صياغة العنوان في الكثير من الاحوال يضع الباحث امام خيارات متعددة في تصنيف المادة.

- هل يصنف تبعا للتكرار الاعلى لظهور مشيرات التصنيف.
- او يصنف تبعا للافكار ذات التكرار العالي في الموضوع.
- او يصنف تبعا للمساحات او الاوقات الاعلى في عرض الافكار.
- او يصنف تبعا لموقع الفكرة او الافكار من البناء الشكلي للمحتوى (عنوان/ مقدمة/ صلب المقال/ الخاتمة).

قبل ان يختار الباحث من هذه المعايير ما يتخذ أساسا للتصنيف، فانه يجب أن يحدد بداية موقع الافكار من بعضها البعض، وان يحدد

مدى استقلال Independence الافكار عن بعضها البعض، اواستخدام بعضها كدليل او برهان Evidence في عرض فكرة تتخذ موقع الريادة بالنسبة للافكار الاخرى. فالكاتب الذي يتناول القرار السياسي مؤكدا على صحته من خلال الظروف الاقتصادية او الاجتماعية، انما يتناول موضوعا أو فكرة سياسية مهما احتلت الافكار الاخرى من اهتمام لدى الكاتب. اما بالنسبة للافكار المستقلة فان للباحث اختيار معيار او اكثر من المعايير السابقة لتكون اساسا لتصنيف الموضوع الواحد، على ان يتحرى الباحث الدقة في اختيار هذه المعايير وتعميم استخدامها في عملية التصنيف، وتعريفها بدقة في التعريفات الاجرائية التي يحددها الباحث في مرحلة التحليل المبدئي.

٢ - فئات الاتجاه Trend & Attitude & Direction

وتعتبر هذه الفئات من الفئات الشائع استخدامها في بحوث تحليل المحتوى رغم المصاعب العديدة التي تواجه الباحث عند استخدام هذه الفئات، حيث يصعب السيطرة على الذاتية في تحديد الاتجاهات وبصفة خاصة عندما تكون لدى الباحث احكام مسبقة قد يلجأ الى توظيف الاجراءات في تأكيد هذه الاحكام، ولذلك فان الاقتراب من هذا التصنيف يجب ان يكون اقترابا حذرا وفي اطار مجموعة من المعايير الموضوعية التي تنفي شبهة التحيز في التصنيف وتؤكد صدق النتائج، وأن تنال اختبارات الصدق في بحوث تحديد الاتجاه اهتماما كبيرا، لانه بدون هذه الاختبارات لن يكون الحكم على الاتجاه وشدته كافيا من خلال الرموز اللفظية الظاهرة في المحتوى، وستقف النتائج بهذا المستوى عند حدود الوصف دون ان تتخطى ذلك الى مرحلة الاستدلال الصادق عن هذا الاتجاه وشدته. وفئات الاتجاه السائدة هي الاتجاه المؤيد Favorable والمعارض Unfavorable والمحايد Neutral التي تصنف تبعا لاوزان معينة تتفق وطبيعة البحث وأهدافه. فالموضوعات المؤيدة هي

التي تعكس الجوانب الايجابية في موضوع الاتجاه، فاذا كان موضوع الاتجاه شخصا ما فان السمات الايجابية في الشخصية والسلوك يشير تكرارها الى الاتجاه الايجابي نحو هذا الشخص والعكس للاتجاه المعارض.

أما بالنسبة للدول فالموضوعات التي تعكس الاستقرار السياسي والاقتصادي والتضامن الاجتماعي تعتبر من الموضوعات المؤيدة، بينما يعكس التركيز على عدم الاستقرار والتفكك والضعف والفساد وعدم الانضباط والتخلف الاتجاه المعارض للدولة او النظام، اما الموضوعات المحايدة فتلك التي تتعرض لوجهتي النظر بأسلوب متوازن.

وهناك العديد من التصنيفات للاتجاهات تصل الى اربع وست فئات للاتجاه[1] وقد تزيد أو تقل عن ذلك تبعا لطبيعة البحث ورؤية الباحث وتكرار الرموز في المحتوى، ولكن الفئات التالية تعتبر تصنيفات ملائمة تقوم على ارتباط الرموز الايجابية والسلبية ببعضها البعض:

١ - **الاتجاه الايجابي المطلق:** وهو التركيز الكامل على الجوانب الايجابية في موضوع الاتجاه.

٢ - **الاتجاه الايجابي النسبي:** وهو تركيز على الجوانب الايجابية بدرجة اكبر من الجوانب السلبية التي تظهر رموزها في المحتوى أيضا.

٣ - **الاتجاه المتوازن:** وهو الذي يعرض الجوانب الايجابية والسلبية بنفس الدرجة، بحيث يعتبر هذا العرض المتوازن رأيا أو اتجاها في الموضوع وليس اغفالا او اهمالا له.

---

(1) Budd R., op. cit P.P. 54 - 55.

٤ - **الاتجاه السلبي المطلق:** وهو التركيز على الجوانب السلبية في موضوع الاتجاه.

٥ - **الاتجاه السلبي النسبي:** وهو التركيز على الجوانب السلبية بدرجة اكبر من الجوانب الايجابية التي تظهر رموزها في المحتوى أيضا.

٦ - **الاتجاه الصفرى:** وهو العرض الذي لا يظهر فيه اي جانب من الجوانب الايجابية او السلبية للاشخاص او الوسائل ذات الاتجاه المعلن في غير موضوع الاتجاه، بما يعبر عن رغبته في عدم اتخاذ جانباً او اتجاها من الموضوع

وتظهر الحالة الاخيرة في حالات الترقب او الانتظار او دراسة موضوع الاتجاه.

ويثير تصنيف الاتجاه بصفة عامة العديد من المشكلات المرتبطة بتحديد معايير التصنيف وأوزان الفئات للتفرقة بين هذه المستويات، ولذلك يعتبر الاهتمام بوحدات التحليل في مرحلة سابقة على تصنيف الاتجاه مطلبا ضروريا لصدق البحث ونتائجه، لان التصنيف يتم عادة بناء على ظهور أو غياب مشيرات معينة من وحدات التحليل (كالكلمة او الجملة او الفقرة او الفكرة) فيكون في مرحلة متأخرة من عد وقياس الوحدات الدالة على الاتجاه ووزنه أو شدته، كما تعتبر مشكلات تحديد الاوزان او درجات الشدة او الميل في الاتجاه من المشكلات التي يجب ان تنال من الباحث اهتماما بالغا في مرحلة العد والقياس، وهو ما سيأتي ذكره تفصيلا في الفصل التالي باعتبارها من أبرز مشكلات العد والقياس.

٣ - فئة المعايير Standerds

وعادة ما ترتبط هذه الفئة بفئة الاتجاه حيث تجيب على السؤال كيف يصنف الباحث الموضوع الى الجوانب المختلفة أو الاتجاهات المتعارضة، فهو يبدأ بتحديد المشيرات التي تتخذ كمعيار في حالة ظهورها أو تكرارها لتحديد الجانب أو الاتجاه، فمعيار الاتجاه المؤيد أو المتعاطف كما سبق أن ذكرنا التركيز على السمات الإيجابية في موضوع الاتجاه، وهذه السمات يحددها الباحث بداية لتكون معياراً لتحديد هذا الاتجاه والعكس في التركيز على السمات السلبية، كما أن التباين في تكرار ظهور هذه السمات يمكن أن يحدد مستويات الاتجاه وتتخذ فئات التباين هذه معياراً أيضاً لتحديد هذه المستويات.

كما يمكن أن تستخدم مع الفئات الاخرى لتحديدها مثل تحديد مراكز الاهتمام أو مستوياته، فهل يعتبر التكرار وحدة معياراً للاهتمام بالموضوع، أو يلجأ الباحث الى معايير أخرى يحدد بها هذا الاهتمام كموقع المحتوى ومساحته وغيرها من المعايير التي يصنف بها الباحث المحتوى الى مستويات للاهتمام به، ولذلك كثيراً ما يطلق على هذه الفئة فئة المستويات أو الاسس، لانها تعني تحديد الاسس التي يتم بمقتضاها تصنيف المحتوى في فئات متعددة تبعاً لطبيعة البحث وأهدافه.

٤ - فئة القيم Values

وهذه الفئة تصلح في تصنيف المعتقدات والاعراف والتقاليد في حياة الجماعات والاشخاص والتي يمكن أن تؤثر في سلوكهم وأفكارهم تجاه الموضوعات والقضايا المطروحة، وتتخذ أساساً لتخطيط السياسات الاعلامية أو الاستدلال عليها من خلال المحتوى.

٥ - فئة الاهداف Goals

وعادة ما ترتبط هذه الفئة بفئة القيم، وهي يمكن أن تسهم في

تحديد السمات للاشخاص والمجتمعات، حيث تستخدم للاجابة على السؤال الى ماذا يسعى الفرد أو المجتمع..؟ الى المال، المركز الاجتماعي، التفوق العلمي، الصحة، وعادة ما تؤثر القيم أو المثل في مثل هذه الاهداف.

أما بالنسبة للمجتمع هل يسعى الى الاستقرار؟ التقدم والرخاء؟ تحقيق التكافل الاجتماعي، وبالنسبة للمجتمع الدولي هل يسعى للسلام أم يعمل للحرب والتوسع والسيطرة العسكرية، السيطرة الاقتصادية، التغلغل الثقافي والتأثير الايدولوجي... الى غيرها من الاهداف التي تسعى اليها بعض الدول أو الجماعات الدولية بالنسبة لعلاقاتها مع باقي الدول والشعوب في العالم.

وبالنسبة للكاتب أو المتحدث، ما هي الاهداف التي يسعى الى تحقيقها؟ تأييد الفكرة، رفض الفكرة، بث أفكار جديدة، تحويل المجتمعات، التنشئة والتربية الفكرية... وغيرها من الاهداف التي يمكن الاستدلال عليها من خلال المحتوى.

وقد استخدمت فئة الاهداف في الدراسة التحليلية لدوريات العلاقات العامة[1] لدراسة مدى العلاقة بين مصالح المؤسسة بمفهومها البسيط والمقصود به مكانتها الاجتماعية الثابتة والقادرة والمتطورة، وبين مصالح العاملين وحاجاتهم الاساسية من خلال الاهداف التي تضعها الادارة العليا أو ادارة العلاقات العامة، والتي قد تميل في صالح المؤسسة، أو صالح العاملين، فاختار الباحث سبعة فئات فرعية لسبعة أهداف تخدم مصالح المؤسسة (فئة رئيسية) وهي فئة تنمية ولاء العاملين - تنمية روح التعاون - تنمية العمل الجماعي - الاعلام بواقع الشركة - الاعلام بالسلوك الواجب - دعم مكانة الشركة -

(١) محمد محمد البادي: **مدخل الى قياس المناخ النفسي للمؤسسات المعاصرة** (الانجلو المصرية - القاهرة - ١٩٧٩م) ص. ص ٨٧ - ٩٥.

كسب تأييد المجتمع، أما الفئات الفرعية التي تخدم مصالح العاملين (فئة رئيسية) فهي تحقيق الامان الاقتصادي - تنمية روح المبادأة - تنشيط العاملين - دعم صحة العاملين - التشجيع المعنوي - قياس معنويات العاملين - ربط العاملين بالمجتمع.

وهذه الفئات تحددت من خلال الاطار النظري للدراسة وفروضها التي تهتم بدراسة المناخ النفسي في المؤسسات المعاصرة، واتجاه الادارة العليا من الاهتمام بمصالح المؤسسة أو مصالح العاملين بها أو تحقيق التوازن بينهما كمحددات للمناخ النفسي في المؤسسات المعاصرة.

٦ - طرق تحقيق الاهداف **Methods**

تؤثر القيم والمثل السائدة في المجتمعات أو لدى الافراد في الوسائل التي يتوسلون بها لتحقيق أهدافهم والوصول الى غاياتهم، ومن السهولة اكتشاف هذه الطرق أو الوسائل في سياسات الدول والمجتمعات للوصول الى الحرب فقد تلجأ الدول لتحقيق اهدافها الى الاعمال العسكرية/ الحرب النفسية/ الحرب الاقتصادية/ السيطرة على الصفوة في المجتمعات/ التغلغل الثقافي/ السيطرة على وسائل الاعلام، وبالمثل يمكن للباحث ان يصيغ الفئات التي تكشف عن الطرق والوسائل التي ينتهجها الافراد لتحقيق أهدافهم فمنهم من يلجأ الى النفاق والانتهازية، ومنهم من يتوسل بالعمل والكفاءة... ومن المجتمعات ما تلجأ الى الاساليب الثورية لتحقيق العدالة الاجتماعية، وأخرى تؤمن بالتطور التدريجي الطبيعي وثالثة تنتهج الاسلوب المعتدل بينهما... وهكذا تتعدد الاساليب التي تلجأ اليها المجتمعات والشعوب والافراد في تحقيق أهدافها والوصول الى غاياتها، وبتعدد هذه الطرق تتعدد الفئات التي يصيغها الباحث للكشف عن هذه الاساليب ومدى التركيز عليها والاهتمام بها في المحتوى الاعلامي.

٧ - فئة السمات Traits

وتستخدم هذه الفئة لتحديد السمات الشخصية مثل السمات الاولية كالجنس والسن والمهنة والحالة الاجتماعية، والمستويات التعليمية، والسمات النفسية والاجتماعية، والسمات الجسمانية والسمات العملية، وكافة السمات الاخرى التي تحدد معالم الشخصيات في المحتوى والتي تظهر عادة في النصوص الدرامية والروائية والاساطير الشائعة في المجتمعات.

وما يطبق على الافراد يطبق أيضاً على المجتمعات، فكل مجتمع له سماته ونظمه التي يمكن من خلالها تحديد شخصية هذه المجتمعات، مثل نظم الزواج والعلاقات الاسرية والاجتماعية، وبالمثل يمكن استخدام هذه الفئة في النظم الدولية طبقاً للسياسات الخاصة بهذه الدول، فالنظام الحر يختلف عن النظام الموجه، وما يتبعها من فئات أخرى تحدد سمات هذه النظم.

وفئة السمات بالإضافة الى القيم والاهداف ووسائل تحقيق الاهداف تشكل في مجموعها السمات العامة للافراد والشعوب والمجتمعات والدول، تكشف عنها نصوص المحتوى في وسائل الاعلام التي تخضع للتحليل.

٨ - فئة الفاعل Actor

وتساعد هذه الفئة في تحديد الاشخاص والجماعات التي تظهر في المحتوى على أنها قامت بدور ما في تنفيذ أعمال معينة، ويمكن استخدامها في الكشف عن المراكز القيادية، أو الصفوة أو القائمين بدور في توجيه السياسات، وصانعي القرار أو العناصر المؤثرة في اتخاذه. كما يمكن استخدام هذه الفئة بنجاح في تحليل النصوص الاعلانيةُ، والتي عادة ما تستخدم صور الشخصيات المشهورة أو تعبيراتها في الاعلان عن سلع معينة لتحقيق الارتباط في ذهن القارىء بين هذه الشخصيات والسلع.

٩ - فئة المصدر أو المرجع أو السلطة Source - Authority

وهـذه الفئـة تجيـب عـلى السؤال.. الى من تنسب الأقوال أو التصريحات، أو ما هو المرجع أو المصدر الذي تنسب اليه مادة المحتوى؟ وتحدد اجابات هذه الاسئلة مدى الثقة فيما يسوقه المصدر أو المرجع من تصريحات أو بيانات أو معلومات.

فقد تعتمد الدول على وكالات محددة في استقاء الاخبار بالشكل الذي يميز اتجاهات هذه الدول وسمات المحتوى الذي تنقله عن هذه المصادر.

كما تفيد هذه الفئات في تحديد الاتجاهات وفي الامور الجدلية حيث يستشهد كل فريق بأقوال أو تصريحات كبار الكتاب والمفكرين والفلاسفة لتدعيم آرائهم ووجهات نظرهم، فمن السهولة اكتشاف اعتماد الدول الشرقية والتي تدور فلكها على الوكالات الشرقية وتصريحات وأقوال مفكريها وفلاسفتها في صياغة المحتوى وحرمان شعوبها من الصور الاخرى التي ترسمها الوكالات الغربية.

وقد استخدمت هذه الفئة في الدراسة التحليلية للشؤون العسكرية في الصحف المصرية (**محمد عبد الحميد ١٩٧٩ م**) للكشف عن درجات اعتماد الصحف على ما تقدمه المصادر الرسمية والوكالات المحلية والاجنبية لمعرفة مدى اعتماد اقسام الشؤون العسكرية على هذه المصادر في تقديم الموضوعات العسكرية المحلية والقومية والعالمية وتقويم الجهد الذاتي الذي تقوم به هذه الاقسام في مجال استقاء الاخبار واعداد الموضوعات والتقارير، كما استخدمت في دراسة الصورة القومية للعرب والاسرائيليين في الولايات المتحدة (**نادية سالم ١٩٧٩ م**) للكشف عن مصادر الاخبار في المجالات الامريكية التي ميزت بينها كالتالي مصدر عربي/ اسرائيلي/ امريكي/ سوفيتي/ غربي أوربي/ شرقي أوربي/ غير محدد المصدر.

١٠ - فئة منشأ الحدث أو المعلومات أو مصدرها الجغرافي Origin

وتستخدم في الكشف عن اهتمام وسائل الاعلام بالاحداث التي تنشأ أو تقع في أقاليم أو مناطق جغرافية معينة والتي تمثل اهتماماً في سياساتها، كما يمكن استخدامها في الكشف عن اتجاهات المحتوى في وسائل الاعلام التي توجد أو تصدر عن أقاليم معينة وارتباط هذه الاتجاهات باتجاهات الاقاليم.

واستخدمت في الدراسة التحليلية لموضوعات الشؤون العسكرية في الصحف المصرية (**محمد عبد الحميد ١٩٧٩ م**) للكشف عن درجات الاهتمام بالموضوعات المصنفة على أساس هذه الفئة الى محلي/ قومي/ عالمي/ معادي، وارتباط ذلك بحالة تصاعد العمليات العسكرية في هذه الاقاليم.

١١ - فئة المخاطبين او الجمهور المستهدف Target

وتفيد هذه الفئة في الكشف عن الجماعات التي يوجه اليها المحتوى أو المادة الاعلامية، ومعرفة الجماهير التي يتم التركيز على مخاطبتها في اطار الاهداف والسياسات الاعلامية.

واذا كان من الملاحظ الان شيوع الوسائل الاعلامية المتخصصة كالصحف المتخصصة مثلا (صحف العمال/صحف الطلاب/الصحف العسكرية/الصحف الزراعية... الى آخر هذه الصحف أو برامج العمال والفلاحين والبرامج الثقافية والتعليمية والمرأة... الى آخره) والتي تميز بسمات خاصة تتفق وجمهور هذه الوسائل، فانه في الوسائل الاعلامية العامة التي تخاطب كافة الفئات الجماهيرية يمكن الاستدلال من خلال سمات المحتوى الذي تقدمه على مراكز الاهتمام بهذه الفئات ومستوياته في اطار تقويم ادوار هذه الوسائل واتفاقها مع السياسات الخاصة بها او السياسات العامة للدولة او المجتمع.

ثانيا: الفئات التي تجيب على السؤال كيف قيل.. How

بينما تهتم الفئات السابقة بالمادةالاعلامية، فان فئات الشكل Form أو التي تجيب على السؤال كيف قيل..؟ تهتم بالقوالب والانماط التي قدمت من خلالها المادة الاعلامية.. ومن فئات الشكل شائعة الاستعمال ما يلي:

١ - فئة شكل او نمط النشر او الاذاعة Form or Type

أو القوالب الفنية التي تتخذها المواد الاعلامية في وسائل الاعلام. وهذه الفئة تقوم على التفرقة بين الاشكال المختلفة التي تقدم بها المواد الاعلامية في وسائل الاعلام المختلفة، للاستدلال من خلال الشكل عن المركز او القيمة التي يعبر عنها الشكل المختار للنشر او الاذاعة، فالموضوع الذي تتناوله افتتاحية الصحيفة او التعليق الاخباري في الاذاعة يشير الى اهتمام اكبر من مجرد الخبر الصحفي او الاذاعي كأشكال للتغطية الصحفية او الاذاعية.

ويتم تصنيف فئة الشكل في الصحيفة الى مقال افتتاحي/ مقال رأي/ تحقيق صحفي/ الحديث بأنواعه/ الخبر/ القصة الخبرية/ الرسوم/ الكاريكاتير/ الصورة الصحفية.. الى آخر هذه الاشكال الصحفية، وفي الاذاعة الخبر/ والتعليق الاخباري/ الحديث/ التحقيق الاذاعي/ الدراما.. الى آخر فنون العرض والاذاعة المختلفة لتقديم المحتوى.

وهذه الفئات من اكثر الفئات استخداما لبساطتها وتعبيرها عن الشكل التفضيلي للوسيلة، في تقديم المحتوى الاعلامي، وعادة ما تستخدم هذه الفئات كاطار عام لفئات او تصنيفات فرعية اخرى مثل تقسيم الخبر على اساس الموضوع الى خبر سياسي/ وخبر اقتصادي/ وخبر عسكري/ وخبر رياضي.. الى آخره.

٢ - شكل العبارات او الموضوع Form of Statment

وهذه الفئات تكشف عن الشكل الذي تتخذه عبارات المحتوى من حيث تعبيرها عن الماضي او الحاضر او تتوقع بالمستقبل، او تعبر عن حقائق أو أماني أو عبارات تتناول التعريف او التفضيل.

ومثل هذه الفئات يمكن ان تكشف عن اتجاهات المصدر أو المرسل أو الكاتب في صياغة الاعمال او الافعال او الاحداث التي تدور خلال فترة تاريخية معينة، فالموضوعات التي تتناول الفساد في نظام الحكم تعبر اما عن حقائق متصلة بالاحداث الجارية او تعبر عن احداث الماضي او تشير الى اماني المصدر في صياغة مستقبل اصلاحي افضل.

فعبارة «التغيير يشمل كافة اجهزة الدولة» تعبر عن حقائق وصفية للاحداث الجارية، بينما تشير الى الرغبة او التفضيل او الاماني عبارة «التغيير يجب أن يشمل كافة اجهزة الدولة».

وتعتبر هذه الفئات من الفئات النادر استخدامها نظرا لعموميتها وتداخلها مع فئات اخرى، ولكنها عندما تستخدم مستقلة فانها تستخدم كمشيرات للاستدلال او تأكيد المعاني لفئات اخرى كفئات الجانب او اتجاه المحتوى.

٣ - فئة الانفعالية Emotionalism وفئة الشدة أو الكثافة Intensityفي الاتجاهات:

واستخدام هذه الفئات رغم عدم شيوعها، أصبح مطلباً في استخلاص النتائج المرتبطة بتحديد الاتجاه، خصوصا بعد أن تعددت مستوياته الايجابية أو السلبية وأصبح البحث عن اوزان دقيقة للاتجاه وشدته من خلال الاشكال التي يصاغ فيها المحتوى مثار اهتمام الباحثين للتفرقة بين المستويات المختلفة للاتجاه، حيث ترتبط هذه المستويات عادة باستهداف التأثير في القراء والمستمعين.

واذا كان من الصعب تحديد مقاييس ثابتة او نمطية لقياس الانفعالية والشدة والكثافة، الا أن الباحث قد يستثير من خلال البحث وأهدافه المثيرات الشكلية الدالة على هذه الفئات، مثل استخدام «أفعل التفضيل» أو معاني التوكيد، او ارتباط المعاني بالضرورات الانسانية والاجتماعية.. الى آخر المعاني أو الاشكال التي تشير الى حماس المصدر أو المرسل أو الكاتب للموضوع الذي يقدمه.

٤ - فئة وسيلة الاقناع Device

وترتبط هذه الفئة أيضا بالفئات السابقة من حيث كونها وسائل يتوسل بها المصدر أو المرسل أو الكاتب استثارة اكبر عدد من القراء أو المستمعين أو المشاهدين واقناعهم بالافكار التي يتبناها في المحتوى الاعلامي، ومن هذه الفئات التي يصنف على اساسها المحتوى مدى اعتماد المرسل على المصادر المختلفة وأقوالها في تأكيد المحتوى، او تزوير الاقوال، او مدى الاعتماد على المراجع الصحيحة او الخاطئة، او استخدام العرض الموضوعي المتوازن او اللجوء الى الاستمالات العاطفية في تقديم المحتوى، وغيرها من الاساليب التي يتوسل بها المرسل لاقناع المستقبل بالمحتوى الاعلامي.

وعرضنا لهذه الفئات ليس عرضا على سبيل الحصر، وانما هي امثلة مما يمكن استخدامه في تصنيف المحتوى وتقسيمه الى اقسام يسهل على الباحث تحديد سماتها وتحديد العلاقات الارتباطية لهذه السمات بالمتغيرات الاخرى في الفروض العلمية، والباحث قد يلجأ الى استثارة فئات اخرى متنوعة `تفرضها طبيعة البحث مثل الفئات التكرارية والاحصائية للبيانات التي يقوم بجمعها أو اثناء عملية تنظيمها، مثل فئات المساحة والموقع، وعرض العنوان كما سيأتي في الفصل التالي الخاص بالعد والقياس.

ولعلنا ونحن نشهد التطورات السريعة في الدراسات الاعلامية وعلاقتها بالعلوم والدراسات الانسانية والاجتماعية الاخرى، ان نشهد أيضا العديد من الفئات المستحدثة في تقسيم المحتوى وتصنيفه وفقا لطبيعة البحوث والتطورات التي تشمل مجالات الدراسات المختلفة.

المبحث الثاني

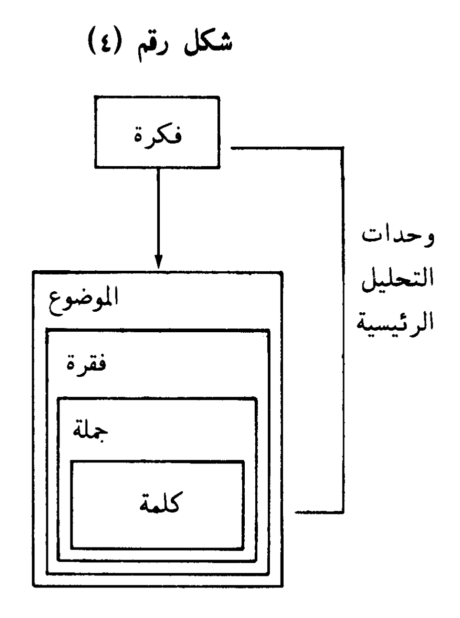
تحديد وحدات التحليل

لاغراض تحليل المحتوى فاننا يجب ان ننظر الى محتوى الرسالة الاعلامية من خلال وظيفة الرسالة في نموذج العملية الاعلامية من جانب، وأن ننظر اليها كبناء لغوي يحقق هذه الوظيفة من جانب آخر.

والمحتوى في اطار عملية التحليل هو عبارة عن مجموعة من الوحدات اللغوية يختارها المصدر (أو الكاتب أو المرسل) بعناية بالغة للتعبير عن الافكار والمعاني التي يستهدف توصيلها الى الجمهور (قارىء - مستمع) لتحقيق اهداف معينة، والوحدات اللغوية التي تختار لتحقيق هذه الاهداف هي المستهدفة بعملية التحليل في مجالات الاعلام، لان اختيارها واستخدامها يأتي مرتبطا بنموذج العملية الاعلامية ككل.

ومن خلال تتبع نموذج بناء المحتوى، الذي يبدأ بالفكرة ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عنها وتوصيلها الى الجمهور المستهدف من خلال الموضوع المتكامل أو مفردات النشر والاذاعة مثل المقالات والاحاديث والكارتون وغيرها، كما يوضحها الشكل التالي:

شكل رقم (٤)



من خلال تتبع الشكل السابق يمكن تعريف وحدات التحليل بأنها وحدات المحتوى التي يمكن اخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو غيابها وتكرارها أو ابرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية.

وتبعا لاغراض البحث وفروضه، فان الباحث يبدأ في تقسيم المحتوى الى الوحدات القابلة للعد والقياس، أصغرها الكلمة وأكبرها الفكرة ثم الموضوع ومفردات النشر والاذاعة.

وبداية نفرق في وحدات التحليل بين مستويين من هذه الوحدات:

اولا: وحدات التسجيل Recording Units

وهي أصغر جزء في المحتوى يختاره الباحث ويخضعه للعد والقياس،

ويعبر ظهوره أو غيابه وتكراره عن دلالة معينة في رسم نتائج التحليل، مثل الكلمة أو الجملة او الفقرة. ويمكن ان تستخدم كمشيرات بعد استقلالها في عملية العد والقياس، مثل تكرار الكلمات أو العبارات المعبرة عن معان يستهدفها المصدر من خلال التكرار، مثل تكرار كلمة «الفساد» في صحف المعارضة، أو جملة «بداية ظهور الفساد السياسي» للتأكيد على غيابه في المراحل السابقة وارتباطه بالنظم الحالية في المجتمع. كما تصبح هذه الوحدات - لاغراض التحليل - مشيرات أو وحدات مميزة للوحدة الاكبر في تحليل لاحق للتعبير عن الاتجاهات مثلا أو تصنيف الجانب الذي تأخذه الرسالة من بعض القضايا، فغياب أو ظهور وحدات التسجيل في مقال أو تعليق يمكن الباحث من تصنيف الموضوعات أو الافكار في جانب أو اتجاه معين، او تبعا لفئات اخرى مثل القيم او الاهداف على سبيل المثال.

ثانيا: وحدات السياق Context Units

وهي وحدات لغوية داخل المحتوى (جملة/ عبارة/ فقرة/ الموضوع) تفيد في التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل التي يتم عليها العد والقياس، فهي الوحدات الاكبر لوحدات التسجيل وتحيط بها لتأكيد معناها، فيتم العد والقياس على اساس سليم. فمثلا اذا كانت الكلمة هي وحدة التسجيل فان الجملة تصبح وحدة السياق التي يجب قراءتها بعناية لتحديد مدلول الكلمة وترميزها في المكان الصحيح.

فكلمة «المستوطنات» من الوحدات الشائعة في الموضوعات العربية والاسرائيلية، لكنها تصنف بمعنى المستعمرات في الموضوعات العربية وبالتالي نجد أن «المستوطنات تهدد أمن المنطقة» بينما في الموضوعات الاسرائيلية تأخذ معنى الاستيطان فتأتي في الجملة الاسرائيلية كالاتي «المستوطنات ضرورة لامن اسرائيل» وذلك رغم أن الكلمة واحدة في

مفهومها المجرد، الا ان الجملتين يقدمان معنى مختلفا يفيد في عملية الترميز وتصنيف الوحدات.

وبالمثل فان الجملة كوحدة تسجيل يصعب ترميزها وحدها دون الرجوع الى الفقرة او الموضوع كوحدة سياق فترميز الجملة «سلاح البترول مصدر قوة للعرب» يختلف اتجاهها عند سياقها في موضوع اسرائيلي عنه في موضوع عربي، وتصنف في الجانب المعارض في الحالة الاولى، بينما يكون اتجاهها مؤيدا في الموضوعات العربية. وبذلك فان وحدات التحليل سواء استخدمت كوحدة تسجيل أو وحدة سياق، فانها لن تختلف عن كونها اجزاء من المحتوى يتم عدها وقياسها للاستدلال من خلال النتائج، ولكنها تأخذ هذه المسميات من علاقتها النسبية ببعضها البعض في البناء اللغوي للمحتوى. وعادة ما تستخدم احدى وحدات التحليل الاتية: -

أولا: وحدات اللغة Language Units

وهذه تشمل الكلمة Word والجملة Sentence والفقرة Paragraph وهذه الوحدات تمثل عناصر البناء اللغوي للمحتوى.

- **والكلمة** هي أصغر الوحدات واسهلها استخداما في عملية الترميز، وعادة ما يوفر استخدامها عنصر الثبات في النتائج نتيجة الاتفاق على محددات الكلمة وتعريفها، وأنسب الاستخدامات لوحدة الكلمة هي تحليل السمات الاسلوبية وقياس درجات الانقرائية في المحتوى لتحديد سهولة أو صعوبة قراءة الجمهور لمادة المحتوى واستيعاب معانيها، الا أنها مع سهولة استخدامها وثبات نتائج هذا الاستخدام، نجد أن استخدامها محدود في دراسات تحليل المحتوى، لان الباحث عادة ما يشعر بالحاجة الى الانتقال الى الوحدات الاكبر في المحتوى التي تصيغ المعنى بسهولة ويسر، حيث أن استقلال الكلمة في الاستخدام نادرا ما يشير الى معنى

محدد يصنف على أساسه المحتوى، بالاضافة الى أنه ما لم يكن الاطار الوثائقي للمحتوى محدودا، فان تحليل الكلمة يسبب ارهاقا شديدا ويحتاج الى وقت اكبر، وان كانت الحواسب الآلية والالكترونية قد ساهمت في تسهيل هذه العملية في العصر الحالي.

- **والجملة والفقرة من وحدات اللغة**، ويوجه اليها الانتقاد بعدم سهولة ترميزها لاحتوائها على حلقات الاتصال اللفظي Connecting Verbal Link التي قد تضع الجملة الواحدة عند ترميزها في جانبين مختلفين، أمثال كلمات ربما، ولكن، وعلى الرغم من .... الى أخره.

فالجمل الآتية مثلا «... على الرغم من فشل سياسة الانفتاح الاقتصادي، الا أنها تعتبر خطوة في طريق التغيير» أو «نجحت سياسة الانفتاح الاقتصادي، في اجتذاب رؤوس الاموال الخارجية لكنها فشلت في تخفيض نسبة البطالة» مثل هذه الجمل يصعب تصنيفها على أنها مؤيدة أو معارضة لسياسة الانفتاح الاقتصادي، مما يتطلب الرجوع الى الوحدات الاكبر للمساهمة في الترميز الدقيق، مثل الفكرة أو الموضوع كله، وان كان هذا يتطلب وقتا وجهدا كبيرين.

- وبالمثل نجد أن الفقرة أيضا يوجه لها نفس الانتقاد السابق، لاحتمال تعدد الافكار أو المعاني داخل الفقرة الواحدة وتنوعها، ولا تصبح سهلة الا اذا كان يمكن تصنيفها في فئة واحدة او اتجاه واحد، نتيجة تناولها لموضوع محدد بذاته ينتمي الى أى من الفئات المستخدمة.

وعادة ما تستخدم الجمل والفقرات كمشيرات لتصنيف الموضوع كله أو مفردات النشر والاذاعة، ففي هذه الحالة تخضع الجمل والفقرات بداية للعد والقياس وتحديد مجالاتها العددية، لتصنيف الموضوع بناء على هذه المجالات، والذي قد يصعب تصنيفه بداية دون وجود هذه المشيرات. وبصفة عامة فان اختيار الكلمة أو الجملة، أو الفقرة أو

الموضوع كله كوحدة تحليل يتوقف على طبيعة البحث وقدرة الباحث على التحديد الدقيق لحدود هذه الوحدات واستخداماتها ومهارته في عملية الترميز والتي تنمو من خلال الالفة مع المنهج والبيانات المتاحة.

ثانيا: وحدات الفكرة Thematic Units

وهي من أكثر الوحدات شيوعا واستخداما في بحوث الاعلام، لان تناول الفكرة كوحدة تحليل يفيد في تحديد الاتجاهات والاحكام التي تقع على محتوى الاعلام، ولانها الوحدة التي تحكم تناول الكاتب للوحدات الاخرى (الكلمة - الجملة - الفقرة) حيث يتم اختيارها وبناؤها بدقة لتخدم المعنى الذي يهدف الكاتب توصيله الى القارئ، ويتحدد من خلال تكرار هذه الافكار والمعاني اتجاه الكاتب أو المحتوى أو الوسيلة من الامور والقضايا المطروحة على الرأى العام. والفكرة التي تصيغها جملة بسيطة أو فقرة صريحة لا تثير مشكلة في التحليل، مثل التصريحات Assertions التي تتضمن فكرة صريحة ومباشرة ويسهل عدها وقياسها.

فتصريح أحد المسؤولين «لاتفريط في شبر واحد من الارض العربية» من الجمل البسيطة التي تحتوي على فكرة واحدة يمكن عدها وقياسها مباشرة، ومثل هذه التصريحات عادة ما تتكرر الى حد أن تصبح شعارا لمرحلة من مراحل العمل السياسي والاجتماعي أو تعبر في نفس الوقت عن اتجاه في معالجة القضايا المطروحة. مثل «الانفتاح الانتاجي هو الوسيلة للنهوض بالاقتصاد القومي».

والفكرة كما يمكن تناولها بسهولة من خلال التصريحات أو الجمل البسيطة، فان الامر قد يحتاج للبحث عنها وتصنيفها تقسيم الوحدات اللغوية واعادة تركيبها لتحديد الفكرة الرئيسية واتجاهها من خلال المثيرات التي يحددها هذا التقسيم.

ففي أحد التعليقات التي تناولتها دراسة مضمون التعليقات السياسية في برامج التليفزيون الاسرائيلي الموجهة للعرب (**مختار التهامي ١٩٧٤م**) يقول « .... ان الوحدة استعداد للتقديم والعطاء/ فهل ليبيا مستعدة للتنازل عن استقلالها/ وهل مصر مستعدة للتنازل عن مكانتها وسيادتها في العالم العربي/ وهل هي وحدة مصالح أم موجهة من طرفين ضد طرف ثالث/ ثم يقول ان مثل هذه الوحدة لا مستقبل لها... فهذه الفقرة أو الموضوع يمكن تصنيفها تحت فكرة واحدة هي استحالة الوحدة العربية، بينما لو صنفت كل جملة على حدة لادت معنى مختلفا عن الفكرة الرئيسية.. فالجملة الثانية والثالثة تعتبر اتجاها مؤيدا للسياسة الليبية والمصرية في الحفاظ على استقلالها والجملة الرابعة لا غبار عليها في تحديد اهداف الوحدة بصفة عامة، بينما تشير الجملة الاخيرة الى فكرة التعليق بالتحديد، ولكن تناول الموضوع كله يشير الى فكرة واحدة وهي استحالة الوحدة العربية والتي صنفها « **مختار التهامي** » محاولة تشويه الطابع القومي ونسف الوحدة العربية.

ولذلك يجب أن يراعي الباحث صعوبة استخدام وحدة الفكرة في مثل هذه الامور، وأن يحدد بدقة المشيرات الخاصة بتحديد الفكرة والمتفق عليها من جانب مجموعة من الخبراء وأصحاب الاختصاص خلال اختبارات صدق الاجراءات والتحليل، وأن يستبعد ما عدا ذلك من جمل او فقرات في عملية العد والقياس، حتى تثير عملية التحليل صعوبة او تعقيدا أكثر من ذلك.

ومن خلال تقسيم الجملة الى عناصرها الاولية يمكن اخضاعها للعد والقياس بما يتفق مع اتجاه الفكرة أم لا، فكل جملة تقسم الى ثلاثة اجزاء حتى يمكن عدها بسهولة[١].

---

(١) يرجع الى هذا بالتفصيل في: =

- موضوع الدراسة Object Under Study وعادة ما يكون هو محور الفكرة (الدول العربية في التعليق السابق او احداها. او الوحدة العربية كفكرة مباشرة.)
- المعـــاني المشتركـــة Commonly Agreed Meaning (امكـــانيـــة الوحدة/ استحالة الوحدة/ لا أمل فيها/ لا مستقبل لها....) وهذه المعاني هي التي تعرض على المحكمين بداية لاتخاذها معيارا لتصنيف الاتجاه او تحديد الفكرة.
- حلقة الاتصال اللفظي Connecting Vorbal Link

الوحدة العربية/ لن تخدم/ مصلحة كل دولة عربية
الوحدة العربية/ قد تخدم/ مصلحة كل دولة عربية
الوحدة العربية/ تخدم/ مصلحة كل دولة عربية

فعلى الرغم من وحدة موضوع الدراسة والمعاني المشتركة في الجمل الثلاث السابقة، الا أن المعنى اختلف في كل منها نتيجة التغيير في حلقات الاتصال اللفظي (لن تخدم/ قد تخدم/ تخدم) والتي يجب أن توضع في الاعتبار عند اتخاذ الجملة كمشير للفكرة أو الاتجاه.

وما لم تحتوي الجملة على العناصر الثلاثة الملائمة للافكار المتخذة أساسا للتحليل، فانه يفضل استبعادها حتى لا تثير صعوبة في العد والقياس والتشكيك في ثبات النتائج. وبتحديد الفكرة على هذا النحو فانه يصبح من السهولة تصنيف الافكار المتعددة داخل الفقرة أو الموضوع الواحد، وعد ما يتلاءم منها مع فروض الدراسة واهداف البحث.

- Os good, Charles, E., in Pool, Itheil de Sola, et al, op. cit, P.P. 42 - 44. =
- Carney, Thomas, F., op. cit P.P. 186 - 188.

وفي الدراسة السابقة (**مختار التهامي ١٩٧٤م**) اتخذت من الفكرة وحدة تحليل تم قياس تكرارها داخل كل تعليق لمعرفة منطق الدعاية الاسرائيلية في كل فئة من الفئات، فتحت فئة تشويه الطابع القومي العربي مثلا (وقد خصتها أربعة تعليقات) احتلت وحدات التشكيك في الوحدة العربية وفي امكانية قيامها وتخويف العرب منها واثارة العقبات في طريقها، احتلت المرتبة الاولى من الاهتمام، وتلا هذه الوحدات محاولة التشكيك في أي محاولة تتقدم بها أي دولة عربية لصالح قضية فلسطين كاقتراح الرئيس السادات اقامة حكومة فلسطينية في المنفى، وبعدها جاءت في الترتيب وحدات بذر بذور الفتنة والخلافات بين الفلسطينيين وبعضهم وبين العرب، وبين الدول العربية وبعضها البعض الآخر.

وفي دراسة تحليل مضمون الدعاية الصهيونية الموجهة عبر الاذاعة والتليفزيون باللغة العربية (**بحوث الحلقة الدراسية حول تحليل مضمون الدعاية الصهيونية - بغداد - ابريل ١٩٨١م**)[1] التي تستهدف الوقوف على اتجاهات هذه الدعاية والتعرف بدقة على سماتها الاساسية، اتخذت هيئة البحث من الفقرة السياسية وحدة للتحليل، ومن الاتجاه فئة له، «حيث كانت هيئة البحث تتدارس كل فقرة من فقرات المادة السياسية وتحدد الاتجاه الذي تحمله أو الهدف الذي ترمي اليه. وكانت تضع لورود كل اتجاه تكرارا واحدا»*

(١) نواف عدوان وآخرون، **تحليل مضمون الدعاية الصهيونية الموجهة عبر الاذاعة والتليفزيون باللغة العربية**، **مجلة البحوث** (اتحاد اذاعات الدول العربية - جامعة الدول العربية - المركز العربي للبحوث - بغداد) - العدد الخامس - سبتمبر ١٩٨١م ص. ص٣٧ - ٨٢.

* بمراجعة الدراسة ونتائجها نجد أنها لم تعتمد على الفقرة التحليلية كوحدة تحليل كما ساقتها الخطوات الاجرائية ولكنها اعتمدت على الفكرة التي تم قياس تكرارها داخل فئات الدراسة وهي التعليق والبرنامج الاخباري في الاذاعة والتليفزيون =

وفي دراسة اتجاهات جريدة الجمهورية (العراقية) ازاء القضية الفلسطينيـــة والصهيونيـــة والكيـــان الصهيوني ١٩٧٧ - ١٩٨٨ م(١) اعتبرت أن الموضوع هو أكثر الوحدات - التي يتم على اساسها تحليل المادة الصحفية - ملاءمة لطبيعة الدراسة واختار المقال الافتتاحي للجريدة لهذه الوحدة، حيث قامت بتحديد فئات (منحى الاتجاه أو التوجيه) والتي تعتبر أقرب الفئات الى طبيعة هذه الدراسة، مع الوضع في الاعتبار أن الفئة التي يزيد تكرارها في الجريدة عن خمس مرات هي من الفئات أو الاتجاهات السائدة.

ثالثا: وحدات الشخصية Character Units

اهتمت البحوث الخاصة بتحليل محتوى الاعمال الادبية باستخدام وحدات الشخصية كوحدات تحليل، لانه من السهولة وضع توصيف

= الاسرائيلي، والذي يمكن أن يضم اكثر من فقرة وبالتالي اكثر من فكرة يتم قياسها وعد تكرارها، لان الفقرة لن تقول مباشرة عن الوحدات التي تم عد تكرار ظهورها، مثل تشويه العمل الفدائي/ التحدي واظهار قوة اسرائيل وقدرتها على ضرب أي تحرك عربي ضدها/ تبرير العدوان/ تبرير العدوان الاسرائيلي المتكرر على اجزاء الوطن العربي.... الى آخر هذه الوحدات التي بلغت احدى وعشرون وحدة، تقترب في مفهومها من الفكرة التي يدور حولها التعليق أو فقراته اكثر من اقترابها الى الفقرة كوحدة تحليل يتم عد تكرار ظهورها، التي اعتقد أنها لا تعبر مباشرة عن هذه

الافكار والا اقتربت من التصريحات التي كان يمكن اتخاذها أيضاً وحدات للتحليل، ويدل عن ذلك الخطوة الاجرائية التي تقول «ولقد عملت هيئة البحث كفريق أو هيئة تحكيم. حيث كانت تقوم بمشاهدة كل فقرة اخبارية بتمعن ودقة ومن ثم تحديد الهدف الغالب لهذه الفقرة بعد اجماع اعضاء الهيئة. وذلك بحساب واحد لكل مرة في الوحدة الواحدة (ص٦١) وهذا يعني أن يكون هناك أكثر من هدف وأكثر من تكرار في الفقرة، ولذلك فان الفكرة هنا هي التي اتخذت وحدة للتحليل وليس الفقرة.

ولذلك آثرنا مناقشة هذا التصنيف تحت موضوع «وحدات الفكرة».

(١) هادي نعمان الهيتي - **اتجاهات جريدة الجمهورية ازاء القضية الفلسطينية والصهيونية، والكيان الصهيوني** - نفس المرجع السابق ص ص ١٦٥ - ١٨٤.

دقيق للشخصيات التي يتناولها الكتاب في أعمالهم والسمات أو الافكار التي ترتبط بهم، ويتم تصنيف الشخصيات بناء على نتائج هذه الملاحظة، وذلك مثل شخصية رجل الشرطة في السينما المصرية، أو السمات التي تركز عليها الدراما التليفزيونية لابطالها خلال فترات معينة.

كما يلاحظ أن الصورة الذهنية عن الشخصيات التاريخية أو الخيالية التي ترسخ في أذهان القراء أو المشاهدين انما تأتي من خلال تكرار عرض السمات المميزة لهذه الشخصيات في الاعمال الادبية والفنية.

ولعل أبرز استخدامات وحدات الشخصية في الفترات المعاصرة هي في التحليل النفسي الذي يصل الى مستوى من الفهم والتفسير للشخصيات من خلال تحليل محتوى الاعمال الفنية والادبية يتجاوز كثيرا مجرد الرصد والتصنيف والمعالجة الاحصائية للمحتوى الظاهر، هذا التحليل النفسي الذي جعل علم النفس يتميز بقدرته الفائقة على النفاذ الى الدلالات الرمزية واللاشعورية للمحتوى الظاهر في الاعمال الادبية والفنية والمواد الاعلامية، ومعظم هذه الاعمال تلجأ الى تحليل الشخصيات الروائية حتى تطرح التزاوج بين الظروف الاجتماعية والحضارية وما تفرضه من سلوك نفسي يمكن تفسيره من خلال تحليل محتوى هذه الاعمال والتركيز على الشخصية كوحدة تحليل فيها[1].

وهناك أسلوبان لاستخدام وحدات الشخصية كوحدة تحليل:

١ - التحليل المباشر للشخصيات والمجتمعات البشرية التي يتناولها المحتوى الاعلامي واستنتاج توصيف دقيق لهذه الشخصيات

(١) فرج أحمد فرج: **علم النفس والاعلام** - دراسة نفسية في تحليل المحتوى، بحوث الحلقة الثانية لبحوث الاعلام، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية - ديسمبر ١٩٨١ص. ص١ - ٤.

والمجتمعات من خلال تكرار السمات الخاصة بها في المحتوى، ومثل هذا التحليل يفيد في رسم الصورة الذهنية **Image** عن الشعوب في محتوى وسائل الاعلام وتأثير الظروف والاحداث في التغيرات التي تطرأ على هذه الصورة.

وقـــد استخـــدم هـــذا التحليـــل في دراسة صورة العرب والاسرائيليين في الولايات المتحدة (**نادية سالم ١٩٧٨م**) التي تناولت أربعة انماط لسمات الشخصية وهي السمات السياسية والحضارية والاجتماعية والنفسية ضمت ٦٩ سمة فرعية محددة تحديدا دقيقا، وقامت الدراسة بالكشف عن تكرار هذه السمات في الصحف الامريكية خلال الاطار الزمني للدراسة، لدراسة أثر نتائج الحروب ونظم الحكم على الصورة الذهنية التي ترسمها أجهزة الاعلام الامريكية عن الشخصية العربية والاسرائيلية.

ولان السمة الشخصية هي في النهاية وحدة من وحدات اللغة (كلمة أو جملة تعبر عن الصفة أو الصفات) فان رسم الصورة الذهنية في هذه الحالة من خلال تكرار السمات يقترب كثيرا من استخدام هذه الوحدات كوحدة تحليل، ويتم اجراء العد والقياس عليها بنفس الاسلوب وهو اسلوب التكرار.

وقد تستخدم الفكرة كوحدة تحليل لتحديد الاتجاهات الفكرية السائدة لدى الشخصيات المحددة كفئات، مثل تحليل اتجاهات المرشحين من القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية في الدولة، فيتم قياس تكرار أفكارها المعلنة في وسائل الاعلام، زيادة في تحديد معالم هذه الشخصيات والتنبؤ بسلوكها وقراراتها في المواقف السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

٢ - **الاسلوب الثاني: وهو التحليل غير المباشر** الذي يتناول المحددات التي يمكن أن تدل على الشخصية غير المعلنة في المحتوى، من خلال رصد السمات التي يتناولها المحتوى والتي تشير الى الشخصيات، وذلك مثل معرفة المصدر الخفي، أو الجمهور غير المعلن الذي يستهدفه المحتوى.

ويبرز هذا الاسلوب في تحليل المحتوى الدعائي الدولي، فالمحتوى الدعائي الذي توجهه دولة واحدة الى عدة شعوب يمكن التفريق بينها على أساس رصد سمات هذه الشعوب والكشف عن التركيز الدعائي أو الهدف الموجه اليه المحتوى، وفي الوقت نفسه يمكن الكشف عن المصدر من خلال رصد السمات الخاصة به والتي يؤكد عليها في محتواه.

فأمريكا مثلا تمثل في المحتوى الدعائي السوفيتي (على سبيل المثال) دولة يحكمها حفنة من الرأسماليين/ يعيشون في رفاهية خيالية/ يتجرع الشعب كؤوس الفقر والبطالة/ النظام السياسي يحرم العامل من العدالة الاجتماعية/ ويخدم المستغلين ويحميهم.. بينما اقتضت طبيعة الوفاق بين الدولتين أن تعلن صورة جديدة للامريكي محل الصورة القديمة، فلم يعد الامريكي هو الجشع أو مصاص الدماء/ لكنه أصبح/ انسان محب للسلام/ يساعد في بناء عالم جديد/ ومستعد لان يشارك بخبراته وفائض انتاجه ورأسماله لرفع مستوى المعيشة في الاتحاد السوفيتي[١].

والصورة القديمة تقدم نموذجا لبعض السمات التي يمكن من خلال رصد تكرار ظهورها معرفة المصدر والشخصية في المحتوى - عندما تحتم الظروف عدم اعلانها - وهذه تفيد في تخطيط الدعاية، والدعاية المضادة، واعداد الدليل القانوني في الامور التي تستدعي ذلك.

---

(١) احمد بدر: **الاعلام الدولي**، دراسة في الاتصال والدعاية الدولية (القاهرة - مكتبة غريب) - ١٩٧٧، ص٢٩٣.

رابعا: وحدة مفردات النشر أو الاذاعة Items

وهي الوحدة التي يستخدمها المصدر في نقل المعاني والافكار من خلال وسائل النشر والاعلام المختلفة، وتضم الموضوع أو المادة موضع التحليل، وتختلف باختلاف الوسيلة الاعلامية ومن أمثلتها الكتاب كوسيلة من وسائل النشر، والفيلم في السينما، والبرنامج والدراما والاحاديث والندوات والتعليقات والاخبار في الاذاعة والتليفزيون والخبر والمقال بأنواعه والتحقيق والحديث الصحفي والرسوم والكاريكاتير في الصحف، وغيرها من الاشكال والقوالب الفنية التي تستخدمها وسائل الاعلام في تقديم المحتوى الى جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين.

وهذه الوحدات من الوحدات شائعة الاستخدام في حالة وحدة الموضوع التي تصنف على أساسه هذه المفردات مثل المقالات التي يمكن أن تصنف على أساس الموضوع الى سياسية/ اقتصادية/ اجتماعية... الى آخره، لكنها لا تصلح للاستخدام اذا ما تغيرت الوحدات الاصغر في داخلها كأن يحمل المقال أو البرنامج أو الدراما اكثر من فكرة تخضع للتحليل تبعا لاغراض الدراسة.

فعندما لا يكون هناك تغير في الوحدات التي تظهر في المفردات، فانه يصبح من السهولة تصنيف هذه المفردات وعد تكرار ظهورها على أساس الموضوع أو الفكرة، فيقال مثلا أن وحدة التحليل هي المقال/ السياسي/ الذي يتناول فكرة تعديل نظم الانتخابات فيقال مثلا واستنتاجاً من التحليل ان الموضوع السياسي تكرر نشره ١٢ مرة يتناول فكرة تعديل الانتخابات ٩ مرات من خلال المقال الافتتاحي ٥ مرات ومقال الرأي ٤ مرات، ولكن في حالة تعدد الموضوعات أو الافكار كوحدات أصغر داخل هذه المفردات فانه ستثار مشكلة

التصنيف والعد والقياس بالنسبة للوحدات المختلفة وتقدير أوزانها وقيمتها في المفردة الواحدة من مفردات النشر أو الاذاعة وهو ما سبق مناقشته في وحدات الفكرة كوحدات تحليل.

الترميز والقياس:

الكثير من الدارسين والباحثين يميلون الى اعتبار وحدات مساحة النشر أو زمن الاذاعة أو العرض أو الاطوال في الفيلم من وحدات التحليل ويصنفونها على هذا الاساس تحت عنصر «مقاييس المساحة والزمن»[1] على أساس حاجة البحث الى تقسيم المحتوى تبعا للتقسيمات الخاصة بالنشر (بوصة العمود/ الصفحة/ عدد السطور) أو التقسيمات الخاصة بالاذاعة مثل (الزمن بالدقيقة) أو الافلام (الطول بالقدم أو المتر) الا أن هذا التصنيف لا يتفق وانتظام الاجراءات المنهجية كشرط من شروط منهج تحليل المحتوى، كالآتي: -

١ - الفصل بين الترميز Coding والقياس Measurment على أساس أن كلا منها تمثل مرحلة منهجية مستقلة.

٢ - ان الترميز يمثل مرحلة التقسيم والتجزئة للمحتوى الى وحدات قابلة للعد والقياس، وهذا يفرض على الباحث بداية تحديد هذه الوحدات (الترميز) ثم القيام بالعد والقياس بعد ذلك، حيث تميز نتائج التحليل بوحدات العد والقياس في النهاية.

٣ - وحدات التصنيف والتحليل هي التي تفرض على الباحث الخيار بين التكرار كوسيلة للعد، واتخاذ مقاييس المساحة والزمن

(١) انظر بالتفصيل على سبيل المثال:

- Berlson, B., op. cit P. 143

- مختار التهامي، مرجع سابق ص٣٠.
- سمير حسين، مرجع سابق ص٨١

كوسائل للقياس، وهذا يرتبط بأهداف البحث وفروضه.

٤ - اذا كان التكرار كوسيلـة للعد يكاد يكون متفقـا عليه، الا أن وسائل وأساليب القياس، قد تختلف من بحث لآخر تبعاً لما يثيره لدى الباحث من قيم وعلاقات حسابية يلجأ الى استخدامها في مرحلة القياس وترتبط بطبيعة وحدات التصنيف والتحليل.

كل هذه الامور تدعو الى التفرقة بين وحدات الترميز (التصنيف والتحليل) وبين وحدات القياس، والاخيرة قد تتعدد بما يستجد على النشر والاذاعة والعرض من أساليب للتمييز والتقويم بين الوحدات، مثل الموقع والمساحة والعنوان وأنماط الحروف ومقاساتها واستخدام الالوان وما الى ذلك من مشيرات لقياس قيمة المحتوى ودرجة الاهتمام به وقياس شدة الاتجاه ودرجته على سبيل المثال. مما سيأتي تفصيله في الفصل القادم - وتدخل في تصميم استمارة التحليل التي تعتبر أداة جمع بيانات التحليل وتحويلها الى قيم عددية يمكن جدولتها واحصاءها، وان كانت طبيعة البحث قد تحتم اختيار وحدة واحدة للتحليل والعد في نفس الوقت عندما يستخدم التكرار كوسيلة للعد، الا أن هذا لا يعني عدم التفرقة بين وحدات الترميز والقياس في مجال العلاقة بين الوحدات وبصفة خاصة خلال اجراءات العمل المنهجي.

العلاقة بين الوحدات:

ليس هناك ما يقطع بوجود وحدات نمطية تصلح لبحوث بذاتها، بل ان اختيار الوحدات يتوقف على اعتبارين، الاعتبار الاول هو مدى تحقيق الوحدات المختارة لمتطلبات الدراسة في اطار الفروض البحثية وطبيعة البيانات، والاعتبار الثاني هو مدى ما تحققه الوحدات من نتائج مرضية بأقل التكاليف[1].

(1) Holsti, Ole, R., op. cit P. 118

وأنه كما يمكن التفرقة بين وحدات التصنيف ووحدات التحليل والقياس في بعض البحوث مثل بحوث تحديد الاتجاهات التي تصنف على أساس فئة الاتجاه. بناء على ظهور مشيرات داخل المحتوى مثل الكلمة أو الجملة أو الفقرة أو الفكرة (وحدات تحليل) ويتم قياس قيمتها بناء على مشيرات أخرى - خلاف التكرار - كالمساحة والموقع (وحدات قياس)، فانه يصعب التفرقة في بحوث أخرى عندما تصبح وحدات التحليل هي نفسها وحدات التصنيف مثل الخبر (وحدة تحليل) السياسي (المصنف على أساس فئة الموضوع) وهو أيضاً وحدة العد عند استخدام التكرار كأسلوب العد والقياس.

ولذلك فانه ليس هناك - أيضاً - ما يقطع بالاستخدام المتعدد أو الموحد للوحدات في كل البحوث أو في بحوث بذاتها، ولكن طبيعة البحث وبياناته وفروضه هي التي توجه الباحث الى استخدام الوحدات واختيارها.

ويعتبر الاختيار الانسب فعالية واقتصاد، هو اختيار الوحدات بدقة تامة تتفق مع أهداف الدراسة وفي حدود الاعتبارات الآتية:[١].

- الوحدات الكبيرة تستغرق وقتاً أقل في الترميز عن الوحدات الصغيرة (الموضوع ومفردات النشر والاذاعة أكبر من وحدات الكلمة والجملة والفقرة) لنفس المحتوى وفئاته.
- الوحدات الكبيرة تفيد في الدراسات التي تركز على الموضوع مباشرة وتعطي الاتجاه الصحيح في التصنيف.
- إن وحدات الفكرة، وان كانت تستغرق جهداً ووقتاً أطول الا أنها تضيف بعداً وعمقاً للدراسة، وتفيد في الدراسات الخاصة بالمعاني والعلاقات بينها.

---

(1) Berlson, B., op. cit P.146

وبصفة عامة فان اختيار الوحدات مرهون بطبيعة الدراسة وفروضها وبياناتها والوقت والامكانيات المتاحة، وكفاءة الباحث في التحليل المبدئي ومهارته في عملية التحليل بصفة عامة.

المبحث الثالث

تصميم استمارة التحليل

توفر استمارة التحليل **Schedule** للباحث اطاراً محدداً لتسجيل المعلومات التي تفي بمتطلبات البحث، حيث يتم تصميمها بما يتفق وأغراض التحليل، وتعبر كمياً عن رموز الوثيقة الواحدة، التي تشمل فئات التصنيف، ووحدات التحليل، ووحدات القياس، بالإضافة الى البيانات الاولية عن وثيقة المحتوى.

وتعتبر هذه الرموز، مدخلات **Inputs** استمارة التحليل في الاستخدام الآلي واليدوي لجميع البيانات، طبقاً للأسس والمعايير التي يضعها الباحث لعملية التسجيل **Recording** في هذه الاستمارة.

والملاحظ أنه باستثناء البحوث التي تلجأ الى الآلية في عملية الترميز والتسجيل، فانه قلما نجد باحثاً يهتم بالخطوط الاجرائية لتصميم استمارة التحليل واستخدامها، اكتفاء بالجداول التي يصممها الباحث لخدمة أغراض بحث بذاته.

واذا كانت البحوث العربية لم تستخدم بعد الحواسب الآلية والالكترونية في تحليل المحتوى، فان البحوث الاجنبية - على العكس من ذلك - لم توفر قدراً من الاهتمام بالخطوط الاجرائية لإستمارة التحليل الا في مجالات استخدام الحواسب الآلية والالكترونية، والتي تعتبر بطاقات العد والتسجيل **Tag Tally** نموذجاً لها يحقق نفس الاغراض.

واستمارة التحليل باعتبارها اطاراً كمياً لبيانات البحث، فانها تعتبر

نهاية عملية ملاحظة الباحث للمحتوى في وثائق النشر أو الاذاعة أو العرض، وبداية عملية العد والاحصاء للرموز الكمية واستخراج النتائج الكمية ورسم العلاقات الاحصائية بينها تمهيداً لتفسير النتائج والاستدلال من خلالها.

وتظهر أهميتها المنهجية كـآداة Tool من أدوات التحليل والاحصاء للاسباب الآتية: -

١ - أنها تعتبر مرجعاً للوثيقة في حدود أغراض البحث وفروضه أو تساؤلاته، بعد تسجيل البيانات الاولية للوثيقة، ورموز المحتوى بالارقام أو الدرجات التي يضعها الباحث.

٢ - سهولة جمع البيانات وتفريغها في الجداول التفريغية، حيث أن الامر لن يتطلب من الباحث في حالة دقة التصميم أكثر من التأشير على الحقول أو الخانات التي تشير الى رموز المحتوى.

٣ - اختصار الوقت والجهد في عملية جمع البيانات وتسجيل الرموز نظراً لتنميط الاجراءات وتنميط محتوى الاستمارة.

٤ - أنها توفر قدراً كبيراً من الموضوعية في جمع البيانات وتسجيل الرموز، حيث تجنب الباحث أو معاونيه التسجيل اللفظي للبيانات اكتفاء بالتأشير أو تسجيل الدرجات.

٥ - أنها تسهم في تحقيق قدر كبير من الثبات **Reliability**، حيث يراعي الباحث البساطة في تسجيل الرموز واستخدام الارقام والاعداد المعبرة عن البيانات.

محتويات استمارة التحليل

كما سبق أن أشرنا تعتبر استمارة التحليل اطارا للرموز الكمية الخاصة بكل وثيقة من وثائق التحليل على حدة، ولذلك فان الباحث

يقوم بتصميم استمارة التحليل - في ضوء البيانات المطلوب تسجيلها - في وحدات أو أقسام متتابعة يختص كل منها بمرحلة من مراحل التحليل والعد أو القياس بالاضافة الى القسم الخاص بالبيانات الاولية لوثيقة التحليل.

وبذلك يضم الهيكل العام لاستمارة التحليل الاقسام التالية:

١ - البيانات الاولية.
٢ - فئات التحليل.
٣ - وحدات التحليل.
٤ - وحدات القياس.
٥ - ملاحظات.

على أن يتصدر الاستمارة التعريفات الاجرائية وأسلوب تسجيل الرموز في كل قسم من أقسامها.

١ - البيانات الاولية:

- وتضم البيانات الخاصة بوثيقة التحليل مثل التوزيع السنوي والشهري للعينة التي تضم مجموعة الوثائق.
- نوعية الوثيقة واسمها (صحف - جريدة/ مجلة..،اذاعة - البرنامج العام/ اذاعة الشرق الاوسط/ الشعب/ صوت العرب/ البرنامج الثاني، تليفزيون - قناة ١/ قناة ٢/ قناة ٣...).
- رقم الاصدار وتاريخه أو تاريخ النشر أو الاذاعة.
- عدد الصفحات أو عدد ساعات الارسال.

وذلك كله في حقول خاصة بكل بيان بحيث يتم التأشير على الحقل الخاص بعلامة متفق عليها تشير في مجموعها الى البيانات الاولية عن الوثيقة، وذلك كالآتي:

- التوزيع السنوي للعينة:

١	٢	٣	٤	٥
	×			

بعدد سنوات عينة البحث يتم التأشير على السنة (الثانية مثلا)

- التوزيع الشهري للعينة:

٦	٧	٨	٩
		×	

وتأخذ شهور السنة أو شهور الفترة الدورية الزمنية من السنة (ربع سنة مثلا) أرقاما مسلسلة تتبع آخر ترقيم لسنوات الدراسة، ويتم التأشير على الرقم المعروف بما يحدد الشهر من السنة أو من الفترة الدورية.

- نوعية الصحيفة:

١٠	١١	١٢	١٣	١٤
×		×		

ويشير الحقل الاول والثاني الى نوعية الصحيفة (جريدة / مجلة) وتشير التالية الى اسماء الجرائد والمجلات في العينة.

فالحقل رقم ١٠ مثلا للجرائد والحقل رقم ١١ للمجلات يؤشر على أحدهما بينما باقي الحقول لاسماء الجرائد وأسماء المجلات، حيث يعرف من البداية اذا كانت العينة من الجرائد أو المجلات حسب المربع المختار من المربعين الاولين.

فالتأشير على الحقل ١٠، ١٢ يعني أن الوثيقة هي جريدة وأنها جريدة الاهرام مثلا، والحقول ١٣، ١٤ للاخبار والجمهورية.

أو في حالة استخدام الحقل رقم ١١ يعتبر ١٢، ١٣، ١٤ حقول لمجلات آخر ساعة/ المصور/ روزاليوسف مثلا على التوالي.

- رقم الاصدار وتاريخه:

وهذه تعدلها حقول تملأ كتابة، وكذلك عدد الصفحات، لان الاخيرة قد تتخذ معيارا للمقارنة عند استخلاص النتائج وتفسيرها.

رقم الاصدار	٦٤٥٣١	تاريخه	١٨	عدد الصفحات	١٦

وفي حالة الاستخدام الآلي يمكن ترميز أرقام الاصدار بالطريقة التي تتفق مع هذا الاستخدام بمعرفة الاخصائيين في هذا المجال.

٢ - فئات المحتوى:

ويصمم الباحث مربعات أو حقول بعدد فئات التصنيف الرئيسية والفرعية وتحت الفرعية وفقا لاحتياجات الدراسة.

فتصنيف المحتوى على أساس فئة الموضوع مثلا الى سياسي/ اقتصادي/ اجتماعي وتصنيف فئة (سياسي) الى فئات فرعية قومي/ دولي.

وتصنيف فئة (قومي) مثلا الى فئات تحت الفرعية قضايا الوحدة العربية/ قضية فلسطين، وبذلك يكون تسجيل الموضوع السياسي الذي يتناول قضية فلسطين كالآتي: -

	١٥	١٦	١٧
سياسي	×		
	١٨	١٩	
قومي	×		
	٢٠	٢١	
يتناول قضية فلسطين		×	

وهناك فئات لا تحتاج الى هذا التصنيف متعدد المستويات، مثل فئات الاتجاه أو المصدر أو الجمهور أو الشكل أو غيرها من الفئات الشائع استخدامها، حيث يكتفى بتحديد حقول ومربعات رئيسية فقط والتأشير عليها يفيد تصنيف البيانات أو المعلومات.

٣ - وحدات التحليل:

وبنفس الطريقة يصمم الباحث حقول أو مربعات خاصة لوحدات التحليل، اذا ما استخدمت مستقلة، مثل وحدات الموضوع والفكرة أو الشخصية أو مفردات النشر والاذاعة، ففي هذه الحالة تخصص حقول لكل الافكار المحتمل ظهورها في المحتوى ويؤشر على ظهور إحداها في حقل خاص بها وكذلك على الفئات التكرارية لاحتمالات تكرار الظهور، وكذلك في حالة السمات الخاصة بالشخصية تصمم حقول لهذه السمات وحقول أخرى للفئات التكرارية بالظهور، وتعامل مفردات النشر والاذاعة نفس المعاملة.

وعلى سبيل المثال عندما يكون هدف الدراسة التحليلية هو الكشف عن مراكز الاهتمام في موضوعات اصلاح نظام التعليم. فقد تكون الافكار التي يكشف عنها التحليل المبدئي هي الاهتمام أولا بالتعليم الابتدائي أو الاولى، أو الاهتمام بالتعليم المتوسط، أو الاهتمام بالتعليم العالي، أو الاهتمام باعداد الكوادر من المدرسين والفنيين والاداريين، أو الاهتمام بالتوسع الافقي في التعليم على سبيل المثال ففي هذه الحالة يكون لدينا خمس أفكار مبدئية. احتمالات تكرار كل فكرة حتى ١٥ مرة في كل وثيقة - فتخصص خمسة حقول للأفكار، وعدد من الحقول الاخرى للفئات التكرارية لظهور هذه الافكار في كل وثيقة مثل حتى ٣ مرات/ حتى ٦ مرات/ حتى ٩ مرات/ حتى ١٢ مرة/ حتى ١٥ مرة/ أكثر من ١٥ مرة.

	١	٢	٣	٤	٥
وحدات الفكرة	×				

	٦	٧	٨	٩	١٠	١١
تكرار الظهور				×		

ففي المثال السابق يكون التسجيل على فكرة الاهتمام بالتعليم الاولى أو الابتدائي الذي تكرر ظهورها في الوثيقة ١١ مرة.

وهكذا بالنسبة لباقي وحدات التحليل مثل سمات الشخصية أو مفردات النشر والاذاعة التي تتعدد ويتعدد معها تكرار استخدام كل منها.

أما بالنسبة لوحدات التحليل التي تتخذ كمشيرات لوحدات التصنيف، أو وحدات التحليل الاكبر مثل تكرار الكلمة أو الجملة أو الفقرة أو الفكرة التي يعبر تكرار ظهورها عن فئة معينة أو موضوع معين، فان التحليل المبدئي يفيد في معرفة احتمالات تكرار الظهور لكل وحدة في الوثيقة الواحدة التي يمكن من خلالها تصميم فئات تكرارية لاحتمالات الظهور في المحتوى، يمكن الاستدلال من خلال هذه التكرارات وفئاتها عن القيم والاوزان أو التركيز على الفئات أو الوحدات الاكبر في وثائق التحليل، مثل تحديد شدة الاتجاه أو درجته، أو مستوى الاهتمام بقضية أو موقف أو فكرة معينة، ويصمم لهذه الفئات التكرارية حقول خاصة بها يتم التأشير على احداها بما يوضح نتيجة الملاحظة في الوثيقة.

وقد يكتفي الباحث بعد تكرار المشيرات خارج الاستمارة، على أن يتم التسجيل النهائي على الفئات أو الوحدات الاكبر مباشرة في الاستمارة وفي الحقول الخاصة بهذه الفئات أو الوحدات الاكبر، الا أنه من المفضل شمول الاستمارة للفئات والوحدات والمشيرات الخاصة بها لتكون مرجعا شاملا، يفيد في حالات المراجعة الاحصائية واختبارات الثبات، أو في

حالة اعادة تصنيف الفئات التكرارية للمشيرات اذا ما دعت الحاجة الى تطوير الفئات بما يستجد من أحداث أو أدلة خارجية تفيد البحث في اختبارات صدق النتائج.

٤ - وحدات العد والقياس:

ما لم يسفر التحليل المبدئي عن احتمالات تكرار الفئات أو الوحدات في الوثيقة الواحدة - كما سبق أن أشرنا - مثل النثر أو الاذاعة لمرة واحدة في الوثيقة الواحدة في حالة استخدام التكرار لمقياس، فليس هناك ما يدعو الى تصميم حقول أو مربعات لوحدات العد أو الفئات التكرارية للظهور، حيث تعتبر وحدة التصنيف أو وحدة التحليل هي وحدة العد ويعتبر تكرارها في الوثائق ككل مقياسا للتقويم والمقارنة.

ولكن في حالة استخدام مشيرات أخرى خارج المحتوى لقياس قيمته أو مستوى الاهتمام به كمقاييس المساحة والزمن، والموقع والعنوان والعوامل الاخرى المصاحبة للنشر والاذاعة مثل استخدام أنماط الحروف ومقاساتها وأنماط الزخرفة - أو المقدمات الموسيقية.... أو غيرها من المشيرات لقيمة المحتوى أو ارتفاع مستوى الاهتمام به، فانه يصمم مربعات أو حقول خاصة بهذه المشيرات بعد تقرير قيم حسابية لاحتمالات الاستخدام المختلفة - كما سيأتي تفصيلا في الفصل القادم - طبقا لعلاقة هذه المشيرات ببعضها البعض ورؤية الباحث في تقرير هذه القيم.

ويكون أمام الباحث عدة خيارات، اما تدوين القيمة كتابة في الحقل الخاص بها أو تقسيم القيم في فئات تكرارية ذات حقول خاصة بكل فئة، يؤشر على الحقل المختار منها بما يوضح القيمة المحددة.

ففي الحالة الاولى بالنسبة للمساحة مثلا. يخصص حقل خاص بطول النص وآخر لعدد الاعمدة، وحقل ثالث لتسجيل القيمة النهائية للمساحة.

وفي الحالة الثانية يقوم الباحث بقياس طول النص (سم × عمود) ثم تحويل هذه النتيجة الى قيم افتراضية موحدة من القيم المحتمل تقديرها للمساحات التي تبدأ من أصغر طول الى أكبر طول محتمل نشره في الوثيقة، والتسجيل داخل الحقل الذي تقع في حدود فئته التكرارية هذه القيمة... وهكذا بالنسبة لباقي المشيرات.

وقد استخدمت هذه الاستمارة بصورة تجريبية في دراسة موضوعات الشؤون العسكرية في الصحافة المصرية ٦٧ - ١٩٧٣ م (**محمد عبد الحميـــد ١٩٧٩ م**) فقــد صممـــت الاستمارة في قسمين روعي في القسم الاول شموله للبيانات الاولية الخاصة والقسم الثاني للفئات الخاصة بقياس القيمة (الموقع والمساحة والعنوان كمشيرات لهذه القيمة) حيث استهدفت الدراسة الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى، بالاضافة الى الفئات الاخرى التي تتفق مع أهداف الدراسة مثل التوزيع الاقليمي، ونوع التغطية ووظيفة المحتوى والمصدر (شكل رقم ٥).

٥ - الملاحظات:

ولانه كما سبق أن ذكرنا لا غنى للباحث في التحليل الكمي من تسجيل الملاحظات الكيفية اثناء عملية التسجيل بما يفيد في تقرير النتائج ورسم الاستدلالات، فانه يفضل أن تذيل الاستمارة بمساحة كافية لتسجيل هذه الملاحظات الانطباعية أثناء عملية التسجيل.

ولعل تصميم الاستمارة بهذا الشكل يوفر على الباحث استخدام البطاقات المتعددة المستخدمة في التحليل اليدوي والتي تختص كل منها بعنصر من العناصر التي يشملها الترميز والعد أو القياس، كما استخدمها «باد» في دراسته عن أخبار الولايات المتحدة في الصحف الشعبية عام ١٩٦٣ م[١]، حيث صممت ٤ بطاقات - ٦ بوصة - لهذا الغرض،

(1) Budd, R., op. cit P. 37

تختص كل واحدة منها بوحدة من الوحدات التالية، عرض العنوان/ فئات الموضوع (الاتجاه)/ مقياس العمود للقصص الاخبارية/ الموقع على الصفحة.، وتشمل كل بطاقة ملخصا عن محتوى المادة بالاضافة الى البيانات الاولية عن تاريخ الصحيفة والمصدر ورقم الصفحة.

ولا شك أن استخدام هذه البطاقات المتعددة يؤدي الى الكثير من المصاعب في التحليل، من حيث الوقت والجهد في التسجيل وتصنيف البطاقات والحفظ، وهو الامر الذي يوفره تصميم استمارة موحدة لكل وثيقة تضم البيانات الاولية وبيانات الترميز والعد أو القياس كما أوضحنا.

الجداول التفريغية:

تعتبر الجداول التفريغية جزءاً مكملا لاستمارة التحليل، فحيث تختص الاستمارة الواحدة بوثيقة واحدة من وثائق التحليل تضم بياناتها، يهتم الباحث بتصميم هذه الجداول يفرغ في كل منها مجموعة البيانات الخاصة بمجموعة الوثائق التي تمثل وحدة واحدة تبعاً لاحد المعايير المحددة في تصنيف البيانات بما يتفق وأهداف الدراسة.

فقد يقوم الباحث - مثلا - بتصميم الجداول حسب الوحدات الزمنية فيكون هناك جدول واحد تفرغ فيه الاستمارات الخاصة بأسبوع أو شهر أو يشمل العينة الزمنية المختارة خلال العام، أو جداول خاصة للفئات الرئيسية فيكون هناك جدول خاص ببيانات التأييد وآخر للمعارضة وثالث للمحايدة في فئات الاتجاه، أو حسب الموضوع السياسي/ الاقتصادي/ الاجتماعي أو فئات المصدر أو نوعية الجمهور أو المنشأة... الى آخر هذه الفئات، أو تصنف الجداول تبعاً لنوعية الوثيقة (جريدة يومية/ أسبوعية/ مجلة أسبوعية/ نصف شهرية/ شهرية/ ربع سنوية).

ويكون تصميم الجداول التفريغية بحيث تشمل التقسيمات الافقية كل ما يتعلق بالوثيقة الواحدة من بيانات أولية وفئات ووحدات تحليل ووحدات قياس، وتقدم تقسيماتها الرأسية مجموع تكرارات أو قياسات بيانات التحليل لوحدة الوثائق تبعاً للتصنيف الذي اختاره الباحث (شكل رقم ٦).

ولأن هذه الجداول تقدم صورة مجمعة لبيانات التحليل في وحدة الوثائق، بعد اعادة تفريغ استمارة التحليل فيها، فقد يرى الباحث كفاية هذه الجداول دون حاجة الى تصميم استمارات للتحليل التي يعاد تسجيل بياناتها مرة أخرى في هذه الجداول، الا أن تصميم الجداول التفريغية لا يغني عن تصميم استمارات التحليل، لان هذه الاستمارات كما سبق أن أوضحنا تصمم بحيث تكون مرجعاً كافياً للوثيقة بما فيها من بيانات كمية وملاحظات كيفية يراها الباحث وتفيد في عملية التحليل واستخلاص النتائج، بالإضافة الى أن هذه الاستمارات تقوم مقام بطاقات العد Tag Tally في الاستخدام الآلي للتحليل بحيث يمكن الرجوع إليها في أحوال المراجعة واختبارات الثبات.

كما أن الاستمارات يسجل فيها فيما يتعلق بوحدات القياس القيم المجردة لكل متغير يؤثر في قيمة المحتوى مثل طول النص أو عدد الاعمدة والموقع، بينما يكتفى بتسجيل النتائج النهائية لحساب علاقة هذه المتغيرات ببعضها البعض في الجداول التفريغية.

وبصفة عامة يجب أن يتوفر في تصميم استمارة التحليل والجداول التفريغية الشروط الآتية: -

١ - **الشمول:** فيجب أن تشمل استمارة التحليل كافة البيانات التحليلية التي تحقق أهداف الدراسة وتفيد في استخلاص النتائج وعقد المقارنات بما في ذلك البيانات الكمية والملاحظات الكيفية للباحث،

وبحيث تكفي الباحث الرجوع الى الوثائق الاصلية مرة أخرى في حالة الحاجة الى ذلك، أو في مرحلة اختبارات الثبات والصدق، والاستدلال من خلال النتائج.

٢ - **الدقة:** ان اهتمام الباحث بتصميم استمارة التحليل بحيث تصبح مرجعاً كافياً لبيانات الوثيقة يفرض على الباحث أن يتحرى الدقة في تمثيل بيانات الوثيقة في استمارة التحليل والجداول التفريغية، لان عدم الدقة سوق يؤثر في صحة النتائج التي تعتمد على ما يتم تسجيله ورصده في هذه الاستمارات.

٣ - **الوضوح:** فطبيعة الدراسة قد تفرض اختيار عدد من المعاونين أو مساعدي الباحث الذين يجب أن تكون أدوات البحث ومنها الاستمارات والجداول واضحة ومفهومة لهم، حتى يتسنى لهم سهولة وسرعة رصد البيانات فيها، ولذلك فانه يجب أن يتصدرها أيضاً التعريفات الاجرائية، وأن يرفق بها دليل يوضح استخدام الحقول أو المربعات وأرقامها، مع توخي البساطة الكافية في التصميم والاستخدام.

ويرتبط بالشروط السابقة ضرورة اختبار استمارة التحليل بعرضها على المختصين وذوي الخبرة في مجال البحث والاجراءات المنهجية، للتأكد من مدى ملاءمتها لاغراض الدراسة، وكفايتها كمرجع لوثيقة التحليل، ومراجعة النقص أو القصور الذي يشير به الخبراء والمختصون لاستيفاء الهيكل العام للاستمارة الذي يحقق أهداف الدراسة.

بالإضافة الى تجريبها على عينة من الوثائق وعدد من المساعدين للتأكد من صدق بنائها ووفائها للغرض الذي صممت من أجله.

شكل رقم (٥)
استمارة تحليل المحتوى

بيانات أولية

التوزيع السنوي للعينة: ١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧

التوزيع الشهري: ٨ ٩ ١٠

نوعية واسم الصحيفة: ١١ ١٢ — ١٣ ١٤ ١٥

رقم الاصدار وتاريخه: ١٦ ١٧ — عدد الصفحات ١٨

بيانات كمية

١٩ ٢٠ ٢١ ٢٢ — الموقع ٢٣

٢٤ ٢٥ — المساحة ٢٦

٢٧ ٢٨ — العنوان ٢٩

٣٠ ٣١ ٣٢ ٣٣ — التوزيع الاقليمي

٣٤ ٣٥ ٣٦ ٣٧ ٣٨ ٣٩ ٤٠ — نوع التغطية

٤١ ٤٢ ٤٣ ٤٤ ٤٥ — وظيفة المحتوى

٤٦ ٤٧ ٤٨ ٤٩ — المصدر

ملاحظات

خلفه دليل الاستمارة.

دليل الاستمارة

١ - المربعات من ١ - ٧ التوزيع السنوي للعينة اعتباراً من عام ١٩٦٧ م وحتى عام ١٩٧٣ م ويتم التأشير على السنة بعلامة (×).

٢ - المربعات من ٨ - ١٠ لشهور ربع السنة المتغير وحسب وقوعها في سنة العينة، تستخدم علامة (×).

٣ - المربع رقم ١١ جريدة المربع رقم ١٢ مجلة.

٤ - المربعات ١٣ الاهرام، المصور ١٤ الاخبار، آخر ساعة ١٥ الجمهورية، روز اليوسف حسب نوعية الصحيفة وتستخدم علامة (×).

٥ - المربعات أرقام ١٦، ١٧، ١٨ تستخدم الارتام في ملء بياناتها.

٦ - المربعات أرقام ١٩، ٢٠، ٢١، ٢٢ لفئات الموقع. ٢٣ لقيمة الموقع.

٧ - المربعات ارقام ٢٤، ٢٥ طول النص، عدد الاعمدة ٢٦ قيمة فئة مساحة النص.

٨ - المربعات أرقام ٢٧، ٢٨ ارتفاع العنوان، عدد الاعمدة. ٢٩ قيمة فئة العنوان.

٩ - المربعات أرقام ٣٠ - ٣٣ (محلي/ قومي/ عالمي/ معادي) فئة المنشأ.

١٠ - المربعات أرقام ٣٤ - ٤٠ (بيان رسمي/ خبر/ قصة اخبارية/ مقال/ حديث فردي/ حديث جماعة/ صورة أو كاريكاتير) فئة الشكل.

١١ - المربعات أرقام ٤١ - ٤٥ فئة الوظيفة (أعلام/ شرح وتفسير/ ثقافة عسكرية/ قصص بطولية/ تاريخ عسكري).

١٢ - المربعات أرقام ٤٦ - ٤٩ فئة المصدر (رسمي/ وكالات محلية/ وكالات أجنبية/ غير محددة المصدر).

تسجل بيانات المربعات من رقم ١٦ - ٢٩، ويستخدم التأشير بعلامة (×) في المربعات التالية.

الموضوع/ سياسي

/ قومي

/ قضية فلسطين

بيانات أولية		المساحة	الموقع	العنوان
رقم الاصدار وتاريخه	عدد الصفحات			
رقم الاصدار / التاريخ	—	—	—	—

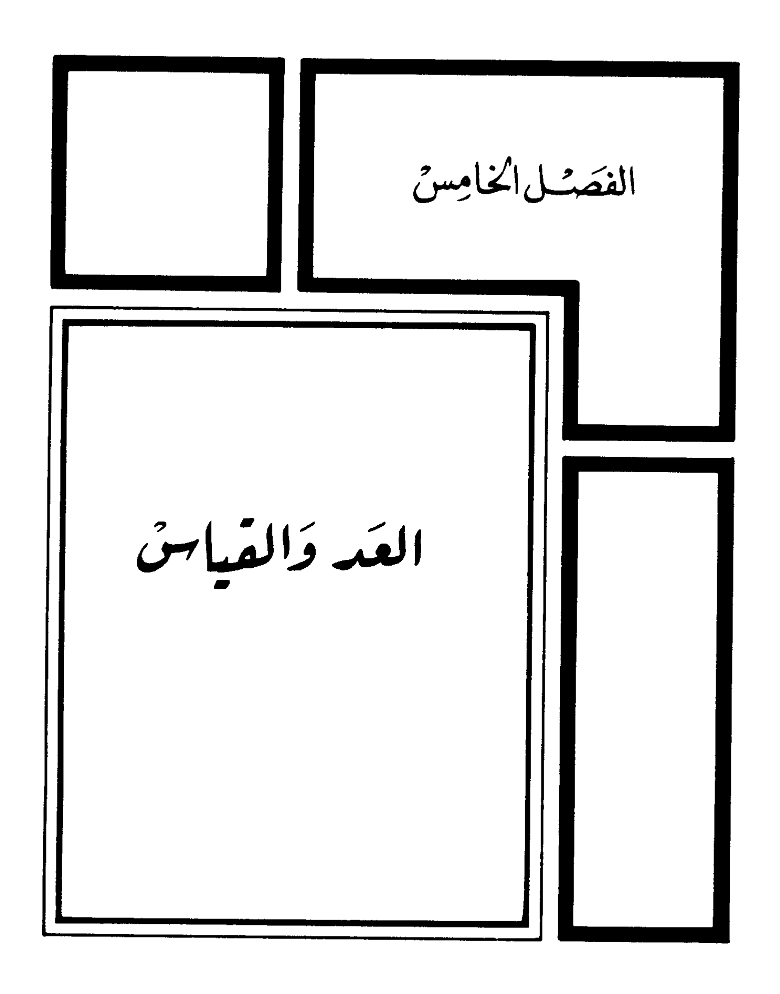
شكل رقم (٦)

جدول تفريغ بيانات التحليل

نوع الوثيقة: جريدة يومية (   ) مجلة (   )

الاتجاه			المصدر			الشكل	
مؤيد	محايد	معارض	محلي	قومي	دولي	خبر	...
١			١			١	





الفصل الخامس

العد والقياس

العد والقياس

العد والقياس هو المطلب النهائي في عملية الترميز، ويمهد للعرض الاحصائي، وعقد المقارنات ودراسة الارتباطات وتفسير النتائج الكمية المعبرة عن السمات الخاصة بمحتوى الاعلام.

وتعتبر هذه المرحلة مجالا لمهارات الباحث والاساليب الفنية Techniques التي تستثيرها الدراسة لتقرير القيم والأوزان الخاصة بمتغيرات المحتوى وسماته، التي تختلف من بحث لآخر تبعاً لاختلاف الإطار النظري للدراسة ومهارة الباحث في تقرير هذه الأساليب واستخداماتها.

وكما يحدد الاطار النظري للدراسة طريقة الترميز واسلوب تحديد وحدات التحليل منذ البداية، فانه يحدد أيضا في نفس الوقت نظام System of Enumeration أو القياس Measurement الذي يتبعه الباحث للوصول الى النتائج المستهدفة.

وهناك عدة مبادئ يجب مراعاتها في اتخاذ القرارات المرتبطة بنظام العد والقياس.

- ان نظام العد والقياس يجب أن يرتبط بقرارات الترميز وتحديد الوحدات، لان الوحدات الناتجة عن هذه القرارات هي التي سوف يتم عليها العد والقياس.
- مراعاة الاطار الاحصائي والرياضي للعلاقة بين القيم الكمية

الناتجة وحسابها، وعرض النتائج وتفسيرها.

- مراعاة سهولة ويسر نظام العد أو القياس ووضوح اجراءاته، حتى يحقق سهولة اجراء اختبارات ثبات النتائج، وسهولة تقويم النظام والاستفادة منه في مجالات بحوث تحليل المحتوى.
- مراعاة الدقة التامة في اتخاذ قرارات العد والقياس وتطبيقاتها في حدود الوقت والامكانيات المادية المتاحة.

وتتضمن قرارات العد والقياس تحديد وحدات العد أو القياس ثم اختيار اسلوب العد أو القياس والطرق الرياضية لتقرير القيم والاوزان للمتغيرات المختلفة المرتبطة بأهداف الدراسة، ثم تفريغ البيانات ورصد النتائج تمهيدا لاستخدام الطرق الاحصائية والرياضية في عرض النتائج وتفسيرها.

المبحث الأول
وحدات العد والقياس

يحدد الاطار الكيفي للتحليل منذ البداية اجابة مبدئية على التساؤلات التي يطرحها البحث فيما يتعلق بنظام العد والقياس، ولعل اول هذه التساؤلات ما تستهدف الكشف عن وجود وحدات قابلة للعد او القياس ام لا، ووجود هذه الوحدات داخل اطار محتوى الاعلام او خارجه يحدد بداية وحدات العد والقياس Units of onumeration and measurement في هذا المحتوى، والتي تتفق مع اغراض الدراسة وما تتطلبه من وقت وجهد في اخضاع هذا المحتوى للاحصاء وهذه هي المرحلة الاسهل في عملية التحليل التي تتم لمجرد الفحص وتستهدف الكشف عن وجود او غياب الوحدات القابلة للعد والقياس.

وبمجرد اكتشاف وجود هذه الوحدات فان الباحث يبدأ في عملية التصنيف والتجزيء للمحتوى واستخلاص الوحدات القابلة للعد

والقياس والتى تحدد منذ البداية تميز نتائج العد والاحصاء. والوحدات القابلة للعد والقياس هي ما سبق ان أطلقنا عليها «فئات المحتوى ووحدات التحليل» والتي تميز المحتوى بمتغيرات من داخله، أو تميزه بالمتغيرات الخارجية لاي محتوى، التي تحددها سياسات النشر أو الاذاعة أو العرض في وسائل الاعلام المختلفة.

فالمتغيرات الداخلية لاي محتوى هي عبارة عن وجود أو غياب وحدات التحليل في فئات المحتوى وتكرار هذه الوحدات الذي تتخذ نتائجه اساسا للمقارنة بين صنوف المحتوى محل الدراسة.

أما المتغيرات الخارجية فهي عوامل الإبراز والتأكيد في نشر المحتوى واذاعته وعرضه، كالمساحة وزمن العرض أو الطول بالقدم، والموقع أو الوقت المخصص، والعناوين ومساحاتها، او طرق تقديم العرض والعوامل المصاحبة له كالصوت والموسيقى والمؤثرات الفنية للعرض والتقديم، بالاضافة الى العوامل الاخرى التي تحددها سياسات النشر او الاذاعة او العرض لتحقيق أهداف الابراز وتأكيد القيمة أو الوزن للمحتوى.

وهذه المتغيرات التي يتم اكتشافها في مرحلة التحليل المبدئي وتتفق مع أهداف الدراسة وفروضها، هي التي تحدد وحدات العد والقياس التي سوف تميز نتائج عملية العد والاحصاء الاولية.

١ - وحدات المتغيرات الداخلية:

في كثير من البحوث التي تستهدف رصد تكرار **Frequansy** فئات المحتوى أو وحدات التحليل، يصعب التفرقة بين الفئات ووحدات التحليل ووحدات العد والقياس، حيث يتم رصد وعد هذه الوحدات للدلالة على سمات في المحتوى تتفق مع أهداف الدراسة.

فعندما يتم تجزيء المحتوى خلال الاطار الزمني للدراسة الى فئات ذات خصائص أو مواصفات أو أوزان مشتركة بناء على محددات متفق

عليها، ورصد هذه الفئات وعدها، فان النتيجة الأولية للعد سوف تميز بموصوف الفئات المختارة، وفي هذه الحالة فان وحدة العد والقياس سوف تكون هي نفس الفئات المختارة والتي تم تصنيف المحتوى على اساسها.

فمثلا عند استخدام فئة الموضوع كأساس لتصنيف المحتوى للكشف عن مراكز الاهتمام بموضوعات المحتوى، فسوف يتم تصنيف المحتوى - على سبيل المثال - الى موضوعات سياسية/ اقتصادية/ اجتماعية/ علمية.... الى آخر التصنيفات المعتادة لموضوعات المحتوى، ويتم بعدها رصد كل من هذه الفئات مجدولة على حدة **Tabulated** ثم عد تكرار الرصد لكل فئة، وتكون النتيجة الاولية هي تكرار ظهور كل فئة بعدد معين تبعا لمستويات الاهتمام،. ويميز هذا العد بمسمى الفئة المختارة التي تم رصدها.

فاذا كان لدينا خمسون مقالا تم تصنيفها حسب الموضوع، فان نتيجة الرصد والعد سوف تكون على سبيل المثال عشرين مقالا سياسياً خمسة عشر مقالا اقتصاديا، خمس مقالات اجتماعية... وهكذا.

وفي هذه الحالة فان وحدات العد، هي الفئات المختارة والتي تم تصنيف المحتوى الى أجزاء منها، ويكون تمييز نتيجة العد والاحصاء هو مسمى الفئات المختارة.

وكذلك اذا ما اتخذت فئات شكل الموضوع (التغطية الصحفية أو الاذاعية) وقسم المحتوى الى المقال والخبر والحديث والتحقيق والصورة والكاريكاتير، فإن وحدات العد سوف تكون مسمى الأشكال المختلفة للتغطية الصحفية أو الاذاعية، وتميز النتائج بهذه المسميات، فيكون لدينا - مثلا - كنتيجة للرصد والعد عشرين مقالا، وخمسة تحقيقات، وعشرة اخبار، وعشرة موضوعات مصورة.... وهكذا.

وعلى هذا فان الفئات في هذه الاحوال تصبح ذاتها وحدات العد

والقياس في حالة الاكتفاء بهذا التصنيف لاغراض التحليل والدراسة، حيث اعتبرت الفئات وحدات تحليل قام عليها العد، واعتبرت بالتالي وحدات عد لفئات المحتوى.

وفي مثل الحالة السابقة فانه يكتفي في استمارة التحليل بفئات التحليل فقط والتي تعتبر أيضا وحدات تحليل دون اضافة وحدات أخرى للعد، ويكتفى برصد هذه الفئات كدليل للظهور في المحتوى ثم عد مرات الرصد في الجداول التفريغية السابق الاشارة اليها. اما في حالة اتخاذ وحدات تحليل داخل الموضوعات الفئوية كمشيرات لتصنيف الفئات، فان العد في هذه الحالة يقع على وحدات التحليل دون الفئات - ما لم تكن هناك حاجة لعد الفئات أيضاً - وتصبح وحدات التحليل في ذاتها وحدات العد وتتخذ مسمياتها (الكلمة والجملة والفقرة والفكرة والشخصية) آداة تمييز النتائج الاولية للعد والاحصاء.

فالجملة هي وحدة العد، عند رصد الجمل الدالة على عدم الاستقرار والتفكك والضعف والفساد وعدم الانضباط والتخلف كمشيرات للاتجاه المعارض للدولة أو النظام ومستويات هذا الاتجاه، ويكون رصد نتائج العد والاحصاء في النهاية بتمييز وحدة الجملة، التي استخدمت كوحدة تحليل.

وعلى سبيل المثال قد تكون نتائج الرصد والعد ١٧ جملة تعبر عن الفساد، ١٠ عن عدم الانضباط، ٧ عن التخلف فتكون نتيجة العد ٣٤ جملة (غير مؤيدة/ معارضة/ سلبية الاتجاه... من فئات الاتجاه).

وبنفس الطريقة تكون الكلمة والفقرة ووحدات الشخصية المتخذة كوحدات تحليل المحتوى هي نفس وحدات العد، عندما يتم عد هذه الوحدات مباشرة ورصد تكرار ظهورها في المحتوى، وتميز النتائج

الاولية بوحدات التحليل المتخذة اساسا للعد.

ففي دراسة مضمون التعليقات السياسية في برامج التليفزيون الاسرائيلي الموجهة للعرب (**مختار التهامي ٧٤**) اتخذت الفئات كوحدات عد، واتخذت ايضا الافكار المشيرة لهذه الفئات كوحدات تحليل ووحدات عد في نفس الوقت.

وقسم الباحث هذه التعليقات - خلال الاطار الزمني للدراسة - وفقا للفئات التي تم عدها الى الاتي:

تشويه الطابع القومي	١٠ تعليقات
اضعاف العلاقات العربية الروسية	١٢ تعليقا
فرض وجهة نظر اسرائيل في السلام	٩ تعليقات
تحطيم معنويات العرب	٨ تعليقات
فرض اسرائيل كأمر واقع	١ تعليق
موضوعات أخرى	١ تعليق

وفي هذه الحالة كانت الفئات هي نفسها وحدات العد (فئة الاهداف) حيث تم عليها العد مباشرة ورصد تكرار الاذاعة في التليفزيون الاسرائيلي خلال فترة الدراسة.

واتخذت الفكرة كوحدة تحليل ووحدة عد في نفس الوقت عند رصد الافكار الرئيسية في كل فئة من الفئات السابقة.

وعلى سبيل المثال فقد تم رصد عدد الافكار الاتية في الفئة الخاصة باضعاف العلاقات العربية الروسية كالآتي:

- ان مصر لم تجن شيئا من علاقتها بالاتحاد السوفيتي ٢ مرة
- ان العلاقة القائمة بين مصر وروسيا تؤثر على السيادة الوطنية ٣ مرة

- ان الحل ليس في موسكو دائما، بل الحل هو عن طريق التشاور المباشر. ٦ مرة
- ان موسكو حريصة على مصلحتها اكثر من مصلحة مصر، وان وجود الروس بمصر كان لحل مشاكلهم هم. ٤ مرة
- الاتصالات القائمة بين مصر والاتحاد السوفيتي لن تنجح في رأب الصدع. ٣ مرة

وفي الدراسة التحليلية للشؤون العسكرية في الصحافة المصرية (**محمد عبد الحميد ٧٩**) اتخذت الفكرة كوحدة تحليل ووحدة عد في نفس الوقت للكشف عن اتجاهات تبرير الهزيمة عام ١٩٦٧م، وقد أوضحت الدراسة النتائج الاتية:

- التواطؤ الامريكي البريطاني ٥١ مرة
- التواطؤ الامريكي وحده ١٠ مرة
- اسباب تتعلق بالقوات المسلحة المصرية ٤ مرة
- تفوق القوات الاسرائيلية ١ مرة
- أسباب تتعلق بالموقف السياسي -

وبذلك كشفت الفكرة كوحدة تحليل ووحدة عد، اتجاهات تبرير الهزيمة التي ركزت على التواطؤ الانجلو - الامريكي ثم التواطؤ الامريكي وحده، مع اغفال الاسباب الخاصة بالقوات المسلحة العربية أو تفوق القوات الاسرائيلية.

وفي دراسة صورة العرب والاسرائيليين في الولايات المتحدة الامريكية (**نادية سالم ٧٨**) اتخذت السمات السياسية والحضارية والاجتماعية والنفسية كوحدات تحليل ووحدات عد في نفس الوقت، حيث تم عد هذه السمات في عينة صحف الدراسة ورصد تكرارها وتفسير النتائج على هذا الاساس وعلى هذا فانه عندما تستهدف

الدراسة رصد الفئات ووحدات التحليل وعد مرات ظهورها في المحتوى، فان هذه الفئات أو وحدات التحليل تكون هي نفسها وحدات العد وتميز النتائج الاولية للرصد والعد بمسميات الفئات أو وحدات التحليل المختارة.

٢ - وحدات المتغيرات الخارجية:

في البحوث الخاصة بتحديد أوزان أو قيم المحتوى، عادة ما يلجأ الباحث الى دراسة متغيرات اخرى للنص خارج محتواه، ولكنها تشير في نفس الوقت الى الوزن أو القيمة التي تعطيها الوسيلة الاعلامية لكل محتوى، بحيث تراعي هذه المشيرات عند قياس القيمة أو تقدير وزن الموضوع أو المحتوى وفئاته ووحداته[١].

هذه المشيرات استخدمت في الكثير من البحوث والدراسات المبكرة في تحليل المحتوى، واشارت اليها بمقاييس المساحة والزمن Space & Time Measurement ضمن وحدات التحليل، ونظرا لما تنفرد به هذه الوحدات من أهمية خاصة في البحوث التي تهتم بدراسة القيم والاوزان للاستدلال على درجات الاهتمام أو الاتجاهات، فلقد آثرنا أن نناقشها في هذا الفصل الذي يتفق مع مفهومها والغرض من استخدامها.

فالخطوط العامة للسياسات الاعلامية تفرض نفسها على سياسات النشر والاذاعة، فالموضوعات التي تحتاج الى ابراز أو تركيز في الوسائل الاعلامية، تعطيها هذه الوسائل من الاهتمام القيمة التي تظهر في مساحة

---

(١) يرجع بالتفصيل الى المراجع الآتية:
- خليل صابات: **نحو منهج لتحليل مضمون الصحف** - مرجع سابق.
- Carney, Thomas, F., op. cit P. 181
- Holsti, Ole, R., op. cit P.P. 120 - 121
- Budd, R., op. cit P.P. 36 - 37

النشر والموقع المختار وموقع العنوان ومساحته وغيرها من المتغيرات الخارجية في عرض المحتوى، والتي تجذب اهتمام القارىء الى النص الاعلامي وتلفت انظاره اليه، وللوهلة الاولى نجد أن القارىء يشعر باهتمام الصحيفة - على سبيل المثال - بالخبر الذي يتصدر الصفحة الاولى، ويمثل عنوانه عددا أكبر من الاعمدة عن غيره من الاخبار في نفس الصفحة وعن غيرهما في الصفحات الداخلية، وكذلك بالنسبة للاذاعة والتليفزيون، فالخبر الذي يمثل زمنا أكبر من العرض ويتصدر النشرة الاخبارية يفوق غيره - في الاهتمام - من الاخبار التي تليه في العرض والزمن المتاح له.

فمساحة النشر، وزمن العرض، والموقع من الصفحة او الصحيفة، وحجم العنوان أو المقدمات، واستخدام الصور الايضاحية أو أدوات الزخرفة تعتبر كلها مقاييس لتحديد وزن وقيمة المحتوى بالاضافة الى تكرار النشر أو الاذاعة، وتعتبر وحدات قياسها هي وحدات القياس المستخدمة في مثل هذه الاحوال، حيث تقاس المساحة في الصحف بطول الاعمدة وعددها **Column width and length** وتصبح وحدة القياس الطول بالسنتيمتر أو البوصة/ عمود، الدقيقة في الاذاعة والتليفزيون، الطول بالقدم أو المتر في الافلام.

ويعطى للموقع Location قيمة يفترضها الباحث تتناسب مع القيم المعطاة للمواقع المختلفة، فالخبر الذي يتصدر أعلى الصفحة الاولى يرتفع في قيمته عن الخبر المنشور في أسفلها، عن المنشور في الصفحات الداخلية، فاذا كانت قيمة الموقع في الصفحات الداخلية واحد - على سبيل المثال - كانت قيمة الخبر في أسفل الصفحة الاولى اثنين وترتفع في أعلى الصفحة الى ثلاثة، وهذه أمور حسابية يستثيرها الباحث في بداية التحليل لتقرير القيم والاوزان مع مراعاة ثباتها كمستويات نمطية للقياس في كل صور المحتوى للعينة كلها.

أما بالنسبة لحجم العنوان **Size of Headline** فيمكن أن يقاس بارتفاعه بالسنتيمتر منسوبا الى اتساعه بعدد الاعمدة وتكون وحدة قياسه السنتيمتر أو البوصة/ عمود مثل قياس مساحة النص.

ويعطي كل من خليل صابات، وكارني اهتماما بمقاسات حروف الطباعة **Size of Type Face**، ووسائل الزخرفة أو التزيين **Number of Illustration** أو الصور وعددها، لما تسهم به من ابراز وتأكيد في نشر المحتوى. فالنص الذي ينشر ببنط ١٦ يرتفع في القيمة عن النص الذي ينشر ببنط ١٢ أو ٩ وكذلك فان الحرف الاسود **Bold Face Type** يرتفع في القيمة عن الحرف العادي.

ولكننا لا نرى ضرورة الاعتداد بمثل هذه المتغيرات الاخيرة (الحروف وأدوات الزخرفة) بدرجة كبيرة، لانه كثيرا ما يتحكم في اختيارها عوامل فنية لا ترتبط بسياسات النشر مثل فائض المساحة على الصفحات أو تجاوز المساحات الاعلانية، أو تغيير أنماط الحروف ومقاساتها لاسباب نفسية وعضوية تسهم في سهولة القراءة وراحة العين، وهذه امور ترتبط بأسس الاخراج الصحفي أكثر من ارتباطها بسياسات النشر وتأكيد الاهتمام.

وفي الدراسة التحليلية للشؤون العسكرية في الصحف المصرية (**محمد عبد الحميد ١٩٧٩م**) اعتمدت الدراسة في قياس القيم والاوزان على العلاقة بين كل من المساحة والموقع والعنوان وتكرار النشر كمتغيرات لقياس القيمة في الجرائد، واكتفت بالمساحة والموقع فقط في قياس القيمة في المجلات لان العنوان في المجلات يخضع بالدرجة الاولى للعوامل الفنية الاخراجية ويرتبط بمساحة النص أو عدد الصفحات المخصصة له في المجلة.

وفي دراسة المادة الاخبارية في الاذاعة المصرية (**فوزية فهيم**

١٩٧٧ م) استخدمت الخبر كوحدة تسجيل، والدقيقة وحدة قياس، لان الاخبار عادة ما تكون غير متساوية الطول في زمن الاذاعة، وتم استبعاد قياس موقع الخبر في النشرات لعدم جدوى قياس الاهمية بأسبقية الاذاعة لان ترتيب الاخبار في النشرات ثابت لا يتغير يبدأ بالاخبار المحلية ثم القومية ثم الاجنبية وحيث يندر تقديم خبر أجنبي ما لم يمثل أهمية كبرى مثل قتل الرئيس الامريكي كينيدي.

ومن هذه العناصر الخارجية الرئيسية كالمساحة والموقع والعنوان يعطى لكل منها قيمة تشكل في مجموعها القيمة الكلية للموضوع أو النص وحدة التحليل، ويصبح التكرار قاسما مشتركا لهذه العناصر، ولان التكرار قد لا يتفق مع عدد وحدات العينة، لذلك يصبح عدد وحدات العينة متغيرا رابعا يؤثر في قيمة الموضوع في الصحيفة خلال فترة العينة، وهذه القيمة الكلية تصلح أساسا للمقارنة أو الحكم على درجة الاهتمام ووصفها على مصفوفة القياس لتحديد القيمة اللفظية المحددة لها كما سيأتي شرحه في المبحث التالي.

المبحث الثاني

أسْـلوُبُ العَـدّ وَالقيَـاسْ

المقصود بأسلوب العد والقياس Techinque of Enumeration and Measurment هو نظـام التسجيـل الكمي لوحـدات المحتوى وفئـاتـه ومتغيراته الخارجية بطريقة منتظمة تعيد بناء المحتوى في شكل أرقام وأعداد، يمكن من خلال المعالجة الاحصائية لها الوصول الى النتائج الكمية التي تسهم في التفسير والاستدلال وتحقيق أهداف الدراسة.

وهناك عدة اعتبارات أساسية في أسلوب العد والقياس يجب مراعاتها عند تطبيقه منها: -

- اختيار طريقة العد أو القياس التي تتفق مع خطة ترميز البيانات، وأهداف الدراسة وفروضها، وعلى سبيل المثال لا يكفي رصد فئات أو وحدات التحليل وحدها وعد تكرار ظهورها في البحوث التي تستهدف الكشف عن قيمة المحتوى ومراكز الاهتمام به، أو قياس اتجاه المحتوى.
- توحيد القيم أو الاوزان التي يضعها الباحث لعد أو قياس فئات أو وحدات التحليل لتسهيل تحقيق ثبات التحليل، فاذا كانت الكلمة أو الجملة أو التصريح هي وحدة التحليل ووحدة العد، فلا يجب اعطاؤها وزناً يختلف من وثيقة الى أخرى أو من فترة الى أخرى حتى تكون المقارنات ودراسة العلاقات صحيحة وصادقة.
- إن العد والقياس ليس هدفاً في حد ذاته ولكنه وسيلة لتحقيق أهداف أخرى ترتبط بطبيعة الدراسة، وما يستثيره الباحث من قيم أو أوزان والعلاقة بينها يجب أن تحقق الدقة في هذه المرحلة وما بعدها من مراحل.
- ليس هناك حتى الآن أساليب أو مقاييس نمطية يمكن استخدامها في كل بحوث تحليل المحتوى، ولكن هناك خبرات وبحوث سابقة يمكن استخدام أدواتها في العد والقياس في الدراسات المشابهة، أو التطورية والتتبعية Longitudinal.

وفي اطار أهداف الدراسة وفروضها والاعتبارات السابقة، فان الباحث يمكنه اختيار الاسلوب الخاص بعد الوحدات وقياس قيمتها وتقدير أوزانها.

وهناك أربع طرق للعد في تحليل المحتوى[1].

---

(1) Bailey, Kenneth, D., op. cit P.P. 283 - 286

الاولى والاسهل هي اكتشاف ما اذا كانت الفئات أو الوحدات موجودة أو غير موجودة apear or not في المحتوى.

والثانية التكرار Frequancy الذي تظهر به الفئات أو الوحدات.

والثالثة هي كمية أو مساحة الفئات أو الوحدات المختارة Amount or Space.

والرابعة قياس درجة الشدة التي تظهر بها الفئات والوحدات في المحتوى Intensity.

ويرى كارني أن النوع الاسهل للعد يستلزم مجرد الفحص لمعرفة هل هناك شيء أم لا، والتالي هو ملاحظة أن ما هناك كثير أو قليل Lot or Little من هذا الشيء[1].

وتطبيق هذه الطرق في العد يقتضي بداية تحديد وحدة العد، فاذا كانت وحدة العد هي فئات المحتوى أو وحدات التحليل ذاتها، كان رصد التكرار هو الاسلوب المناسب للعد، مثل تكرار ظهور الفئات الخاصة بالموضوع أو الشكل، أو ظهور احدى وحدات التحليل المختارة كالكلمة أو الجملة أو الفقرة أو التصريح أو وحدات الشخصية، تمهيداً لوضع نتائج تكرار الرصد على مصفوفة القياس Yardstick، التي تضم نقطة الصفر والمجالات العددية، تمهيداً لاجراء المقارنات وتفسير النتائج.

وقد استخدم التكرار في معظم بحوث تحليل في مجالات الاعلام كأسلوب لرصد سمات المحتوى ومتغيراته الداخلية (فئات - وحدات التحليل) مثل دراسة الرأي العام المصري في الستينات والسبعينات (**المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية - ١٩٧٧ م**) التي استخدم التكرار فيها للكشف عن أهم القضايا والمشكلات في بريد القراء في

---

(1) Carney, Thomas, F., op. cit P. 150.

الصحف المصرية في الستينات والسبعينات، كما استخدم بنجاح في العديد من الدراسات المنشورة، باعتباره قاسماً مشتركاً في العد والقياس للمتغيرات الداخلية والخارجية للمحتوى.

وعند استخدام التكرار كأسلوب للعد، فانه يجب أن يكون هناك وزناً متساوياً لملاحظة وحدات التحليل أو الفئات، ومعنى ذلك أنه يجب الاتفاق منذ البداية على ما اذا كان الظهور لمرة واحدة سيعطى له نقطة واحدة، أو للظهور أكثر من مرة، أو تحديد حد أدنى لرصد التكرار مثل دراسة اتجاهات جريدة الجمهورية العراقية ازاء القضية الفلسطينية والصهيونية والكيان الصهيوني ٧٧ - ١٩٨٠م - **(هادي نعمان الهيتي ١٩٨١م)** التي اعتبرت فيها الفئات التي تزيد عدد تكراراتها في الجريدة عن خمس مرات من الفئات أو الاتجاهات السائدة وأهمل ما دون ذلك.

وقد يرى الباحث لاغراض الدراسة واتساع اطارها الوثائقي أو الزمني أن يعطي لكل عدد من التكرارات نقطة واحدة، أو أن يقسم احتمالات ظهور الفئات والوحدات الى فئات تكرارية (أقل من ٥، - ١٠، - ١٥... وهكذا) يعطي لكل فئة منها قيمة أو وزناً لاغراض التحليل، مع توحيد هذه القيم والاوزان لاغراض المقارنة والاستدلال. أما اذا كان القياس سيقع على متغيرات أخرى خارج المحتوى تتخذ كمشيرات للاوزان أو القيم مثل المساحة والزمن Space or Time أو الموقع Location أو العنوان Headline أو نمط الحروف ومقاس البنط Size of Type Face أو غيرها من المشيرات التي تتخذ كأساس لقياس القيمة أو الوزن أو الاتجاه، فان التكرار لن يصبح المتغير الرئيسي في القياس وإن كان سيؤخذ في الاعتبار عند عد المشيرات الدالة على الوزن أو القيمة أو الاتجاه.

ويصبح أمام الباحث أحد الخيارات التالية، أن يلتزم بوحدات

القيــاس المستخــدمــة في قيــاس الاطوال والمساحــات (السنتيمــتر - البوصة - العمود - الدقيقة - القدم - المتر... الى آخره) على أن تتم مقارنة مجموع هذه الاطوال والمساحات في الوثائق المختلفة.

أو يقوم بتقسيم هذه الاطوال والمساحات مبدئياً الى فئات يرصد لكل فئة منها قيمة معينة، وتتم مقارنة هذه القيم أو مجموعها، تفادياً للتعامل مع الارقام الكبيرة الناتجة عن استخدام الاطوال والمساحات الاصلية ومجموعها في وثائق التحليل.

فبدلا من قياس طول العمود كاملا ٥٠ سم مثلا فانه يستعاض عن ذلك بقيم ترتبط باحتالات المساحات المنشورة في الوثائق المختلفة.

فيكون على سبيل المثال

حتى ١/٤ عمود	١ درجة
حتى ١/٢ عمود	٢ درجة
حتى ٣/٤ عمود	٣ درجة
حتى ١ عمود	٤ درجة
حتى ١,٥ عمود	٦ درجة
حتى ٢ عمود	٨ درجة
أكثر من ٢ عمود	١٠ درجة

وهكذا بالنسبة لمساحات العنوان التي تبدأ من أقل من ٤ سم مثلا حتى ١٠٠ سم تقريباً ١٢سم × ٨ أعمدة أو زمن الاذاعة وأطوال العرض.

وهذا التقسيم الفئوي يفضل استخدامه في حالة بحث موضوعات كبيرة المساحة أو طويلة العرض والاذاعة، مثل المقالات أو التعليقات

أو التحقيقات الصحفية والاذاعة، أما بالنسبة للاخبار فان أطوالها عادة ما تسمح باجراء المقارنات من خلال الاطوال والمساحات الاصلية للخبر لانها لا تمثل مساحة كبيرة في النشر أو الاذاعة.

وفي حالة تعدد المتغيرات الخارجية فانه يختار أحد خيارين:

- عقد المقارنة بين أطوال أو قيم كل متغير على حدة مع قرينه في الوثائق الاخرى مثل مقارنة مجموع مساحات الوحدات في الوثيقة (١) مع مجموع مساحات الوحدات في الوثيقة (٢) ومساحات العنوان والموقع في كل منها بنفس الطريقة.
- أو أن يقيم علاقة رياضية بين كل القيم الناتجة عن قياس المتغيرات في الوثيقة الواحدة أو المصدر الواحد ومقارنة نتيجتها مع نتيجة العلاقة في الوثائق أو المصادر المقابلة خلال الاطار الزمني للدراسة كما سنناقشه في المبحث التالي.

وأساليب العد والقياس يستثيرها الباحث في مرحلة التحليل المبدئي، بما يتفق وأغراض الدراسة وفروضها، مع توحيد المقاييس واستخدامها في كل وثائق التحليل، ولذلك تبدو أهمية المهارات الاحصائية عند الباحث التي تساعده في الاستخدام الصحيح للمقاييس واجراء المقارنات وتفسير النتائج بأقل مجهود ونفقات.

مستويات (مجالات) القياس
Levels (Scales) of Measurement[١].

عادة ما ينتج عن عملية العد والقياس تبايناً ما في النتائج يتخذ

---

(١) راجع بالتفصيل

- Nachmias, David & Chava., op. P.P. 135 - 140.
- Bailay, Kenneth, D., op. cit P.P. 52 - 55.
- Kidder, Louise, H., **Research Method in Social Relation.**, 4 ed. Holt, Rinehart amd Winston, New York 1981., P.P. 136 - 139.

كأساس للمقارنة، ويستخدم لايضاح هذا التباين عدد من الاساليب التي يطلق عليها في تراث العد والقياس في العلوم الاجتماعية والانسانية مستويات أو مجالات القياس.

وهناك أربعة مستويات للقياس يستخدمها الباحث في رصد نتائج الملاحظة:

١ - **مستوى (مجال) القياس الاسمي The Nominal** وهو أسهل المستويات استخداماً في التعبير عن الخصائص والسمات والعلاقات بينها، فالتقسيم الى مؤيد أو غير مؤيد أو محايد، أو التصنيف الى فئات سياسية/ اقتصادية/ اجتماعية... الى آخره، والملاحظة الكيفية لظهور هذه الوحدات أو غيابها، كثرتها أو قلتها، هذه كلها سمات يعبر عنها بالالفاظ والرموز التي تحمل في مفهومها التباين القائم بين الفئات والوحدات مثل كثير.. قليل.. أعلى من.. أقل من.. متزايد.. متناقص.. يفوق أو يزيد أو يتجه الى الزيادة... الى آخر هذه التغيرات اللفظية.

٢ - **مستوى (مجال) القياس الترتيبي The ordinal** وهذا المستوى يقتضي من الباحث وضع ترتيب لنتائج الرصد يوضح التباين في الظهور من خلال هذا الترتيب حتى يمكن التعبير عنها بصفات لفظية تتفق مع مستويات هذا الترتيب. فاذا ما اتخذت الفكرة كوحدة تحليل وفي نفس الوقت للاشارة الى موضوع الاتجاه في المحتوى، فان نتائج الرصد الكمي يمكن ترتيبها بحيث تشير الى أسبقيات الاهتمام في موضوعات الاتجاه.

ففي الدراسة التحليلية لمضمون التعليقات السياسية في برامج التليفزيون الاسرائيـلي الموجـه للعرب **(مختـار التهـامي ٧٤)** اوضحت نتائج رصد تكرار ظهور الفئات كالاتي:

تشويه الطابع القومي	١٠
اضعاف العلاقات العربية·الروسية	١٢
فرض وجهة نظر اسرائيل في السلام	٩
تحطيم معنويات العرب	٨
فرض اسرائيل كأمر واقع	١

فاذا وضعنا نتائج الرصد على سلم القياس الترتيبي يكون كالآتي:

الفئة	التكرار	الترتيب
اضعاف العلاقات العربية الروسية	١٢	١
تشويه الطابع القومي العربي	١٠	٢
فرض وجهة نظر اسرائيل في السلام	٩	٣
تحطيم معنويات العرب	٨	٤
فرض اسرائيل كأمر واقع	١	٥

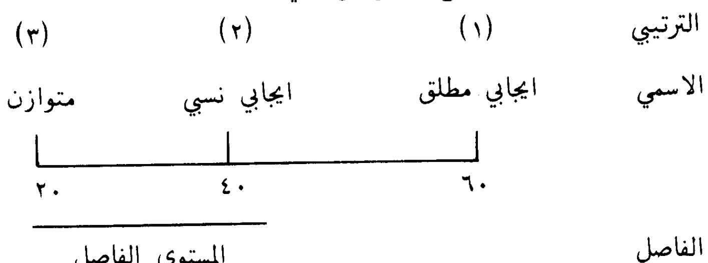
وبذلك يكون التفسير من خلال القياس الترتيبي هو اهتمام التعليقات الاسرائيلية باضعاف العلاقات العربية الروسية بالدرجة الاولى، وتشويه الطابع القومي العربي بعد ذلك، ثم فرض وجهة نظر اسرائيل في السلام، وتحطيم معنويات العرب، وفرض اسرائيل كأمر واقع تبعاً لترتيب اتجاهات التعليق.

والمجال الترتيبي لا يقدم أكثر من وضع الفئات او الوحدات أو السمات في رتب، ولن يقدم لنا وحده مدى التباين بين هذه الرتب، ويدلنا فقط على الاكبر والاصغر.

٣ - **مستوى (مجال) القياس الفاصل The interval** واذا أمدتنا نتائج الرصد في المستوى الترتيبي بمسافات يمكن توحيدها بين كل

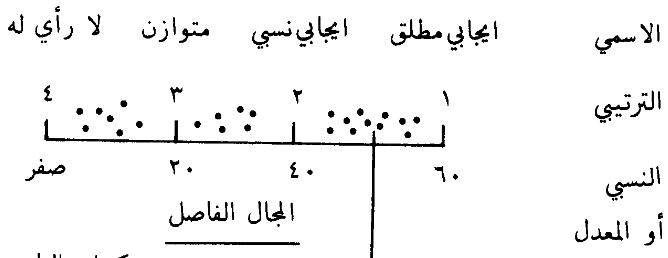
رتبة وأخرى مثل درجات الترمومتر، فاننا نكون أمام استخدام المستوى او المجال الفاصل، وهذا يمكن استخدامه من خلال التصميم الاولى **لمصفوفة القياس Yardstick** التي تحمل رتبا معينة بينها مجالات فاصلة موحدة، تشير كل منها الى مجموعة من الخصائص والسمات العددية التي تميز كل فئة عن الاخرى.

فاذا ما استخدمت وحدات التحليل كمشيرات لتحديد الاتجاه الايجابي المطلق والنسبي، وكان النسبي يعني ظهور وحدات التحليل حتى ٢٠ مرة، والمطلق حتى ٤٠ مرة، فان المستوى الفاصل في هذه الحالة هو ٢٠ يمكن من خلالها بناء مستويات مضافة اخرى بنفس القدر أو القيمة.



٤ - مستوى (مجال) القياس النسبي أو المعدل The ratio

أما اذا نسبت المجالات الفاصلة المستخدمة في المستوى الفاصل الى الصفر المطلق، ايجابا أو سلبا، فان الاستخدام في هذه الحالة يكون للمستوى النسبي أو المعدل، فاذا ما أشير الى عدم ظهور المشيرات المؤيدة او المعارضة نهائيا بالصفر، فانه يمكن من خلال الصفر والمجالات الفاصلة أن تقدم المستوى النسبي الذي يصف تكرار الرصد. سواء تم هذا الوصف بالارقام أو بالنسبة المئوية لوجود الصفر المطلق والعدد الاحتمالي النهائي للتكرار.



عدد النقط تعبر عن تكرار الظهور

وفي تحليل المحتوى قد يجد الباحث أنه يستخدم المستويات الاربعة في القياس بجانب التكرار، كما هو موضح في المثال السابق. ففئات الاتجاه ووصفها اللفظي تستدعي استخدام المستوى الاسمي، وترتيبها يحتاج الى المستوى الترتيبي والتكرار المؤيد لهذا الترتيب يمكن أن يستنتج من خلال المستوى الفاصل أو النسبي[١].

المبحث الثالث

قياس قيمة المحتوى وتحديد مراكز الاهتمام

من السهولة أن يقف الجمهور المستقبل للرسالة الاعلامية على مدى اهتمام الوسيلة الاعلامية بها، من خلال عوامل الابراز في النشر أو الاذاعة مقارنة بغيرها، والوسيلة عندما تتخذ من هذه العوامل أداة للتأكيد والابراز فانها تنفذ سياستها الاعلامية وتكشف اتجاهها من القضايا والموضوعات المختلفة الذي يمكن الوصول اليه من خلال الدراسة التحليلية الكمية لهذه العوامل.

ولاغراض المقارنة المنهجية التي تعتمد على التحليل الكمي فانه يتم

---

(1) Budd, R., op. cit P. 33.

دراسة عوامل الابراز والتأكيد في النشر أو الاذاعة واعطاؤها القيم العددية ثم اقامة العلاقات الرياضية بين هذه القيم للوصول الى نتائج تحقق أغراض المقارنة، والحكم على قيمة المحتوى في الوسيلة ومستوى الاهتمام به.

واذا اخذنا الصحف كنموذج لدراسة قيمة المحتوى ومستوى الاهتمام به، فانه يجب البحث في العوامل التي تبرز هده القيمة وتؤكدها عند نشر المحتوى في الصحيفة.

فمن المتعارف عليه في الممارسة المهنية للصحافة أن تبويب الموضوعات وتوزيعها على الصفحات يتم وفق درجة الاهتمام بها في الصحيفة بالدرجة الاولى ثم اتفاقها بعد ذلك مع نوعية الصفحات أو الابواب والزاوية المتخصصة بعد ذلك، والمثل على ذلك أن هناك صفحة أو زاوية في كل جريدة للاخبار العالمية، الا أن الجرائد عادة ما تنتقي من الاخبار ما ترتفع قيمته الى مستوى النشر في صفحتها الاولى - في حالة وجود هذه الاخبار - وبهذا يمكن الاستدلال عن قيمة الاخبار العالمية. المنشورة في الصفحة الاولى عنها في الصفحات الداخلية أو الزوايا المتخصصة، وهكذا بالنسبة لباقي الموضوعات والاخبار والتي تتناولها الجريدة وتتفق مع سياستها التحريرية.

وقد تلجأ الى نشره بأنماط مختلفة لحروف الطباعة من حيث المقاس والنوع (بنط ١٦ أسود على سبيل المثال) عن النمط المستخدم (بنط ٩ أو ١٢ أبيض) تأكيدا للاهتمام به وابرازا له في الصفحة عن غيره من الاخبار.

بالاضافة الى استخدام العنوان الكبير أو الممتد بزيادة المساحة ارتفاعا واتساعا أو اعطائه لونا مميزا في النشر كعوامل للابراز والتأكيد أيضا وخاصة عندما لا تفصل مساحة النص بين مستويات الاهتمام والتأكيد.

هذه العوامل وغيرها (كالصورة الصحفية من حيث المساحة والعدد واستخدام اللون مثلا) يدرسها الباحث كمتغيرات تتفاوت قيمتها تبعا لدرجة اهتمام الصحيفة بالموضوعات، بما يعبر عن قيمتها مقارنة بغيرها، بالاضافة الى تكرار النشر كمتغير مضاف يؤثر في القيمة الكلية الناتجة عن علاقة هذه المتغيرات ببعضها في الصحيفة خلال الاطار الزمني للدراسة.

ولاننا نرى أن الاستخدامات المختلفة في حروف الطباعة لا تشير في جميع الاحوال الى تمييز في النشر، بل تتدخل في استخدامها العوامل والاسس الفنية كالتباين في اللون أو مقاسات الحروف في الموضوع الواحد أو الصفحة الواحدة، لذلك نستبعد من اعتبارنا في القياس اعطاء هذا العامل قيمة تؤثر في قيمة المحتوى أو مستوى الاهتمام به.

كما أن الاتجاه السائد الآن في معظم الجرائد اليومية العالمية هو عدم استخدام اللون للتأكيد أو الابراز بصفة يومية، ما لم يكن هناك حدثا عالميا مميزا يستخدم معه اللون كعامل ابراز، خلال فترة النشر التي قد لا تمتد لتغطي الاطار الزمني للدراسة، بالاضافة الى أنه في الصحف التي تستخدم الالوان في طباعتها فان توزيع الموضوعات على الصفحات الملونة (مثل المجلات) تتحكم فيه مواقع هذه الصفحات، ما لم يستخدم اللون في كل الصفحات وهذا نادر جدا حتى الآن، وحتى في حالة استخدام اللون في كل الصفحات فان القيمة تتوازن في كل المواقع، كما أن سياسات النشر كثيرا ما تستبعد استخدام الالوان في الموضوعات الجادة أو المحافظة التي تكون محلا للبحث وعادة ما ترتفع قيمتها من خلال المواقع المتقدمة المخصصة لها في المجلات، وهذا ما يدعو - في رأيي - الى استبعاد استخدام اللون في النشر كمتغير يؤثر في القيمة أو مستوى الاهتمام بالموضوعات.

يبقى بعد ذلك المتغيرات التي توضع في الاعتبار عند تخطيط سياسة

النشر لتأكيد القيمة وابراز المحتوى في الصحيفة وهي:

١ - **الموقع :Location** وتميز الجرائد بين ما ينشر في الصفحة الاولى وما ينشر في الصفحات الداخلية، لتأكيد اهتمام الجريدة بما ينشر في صفحتها الاولى، وفي الصفحة الاولى يميز بين ما ينشر في اعلاها أو أسفلها، وبذلك يكون أمام الباحث أربعة مواقع مختلفة لنشر الاخبار أو الموضوعات تعطي درجة من عشرين كالآتي:

أعلى الصفحة الاولى	٢٠ درجة
اسفل الصفحة الاولى	١٥ درجة
صفحة داخلية متخصصة	١٠ درجة
صفحة داخلية	٥ درجات

ويمكن تبعا لاتجاه اخراج الجريدة التمييز في اعلى الصفحة بين الركن الايمن والايسر في الصحف العربية (والعكس في الصحف الانجليزية والاجنبية) بما يتفق مع حركة النظر في القراءة وزيادتها بالنسبة للاخبار الهامة التي تبدأ بها حركة العين.

أما ترحيل البقايا الى الصفحات الداخلية فانه لا يعني تغييرا في الموقع، لانها تعتبر في جميع الاحوال اضافة الى المساحة كمتغير، ويظل ارتباط القيمة بموقع الاجزاء الاولى من الاخبار أو الموضوعات.

٢ - العنوان (أو العناوين الرئيسية والثانوية) Headlines

باستثناء حالات نادرة جدا وجد أن أقصى ارتفاع لمساحة العنوان أو العناوين الرئيسية والثانوية للخبر الواحد لا يزيد عن ١١ سم تمتد في أقصاها الى اتساع ثمانية أعمدة، وأن أقل مساحة يمكن حسابها هو ١ سم/ عمود. وبذلك يمكن بناء مجالات فاصلة يستثيرها الباحث تبدأ من أقل من ٢ سم/ عمود وهو الحد الادنى تقريبا لمساحة العنوان، وتنتهي عند ١١ سم/٨ عمود وهو الحد الاقصى تقريبا، ويعطي كل مجال منها

درجة من عشرين، مع حساب كافة الاحتمالات لمساحات نشر العنوان في الارتفاع والاتساع، وملاحظة أن العديد من المساحات المتباينة في الاتساع والارتفاع قد تتفق في المساحة النهائية وبالتالي في الدرجة المعطاة لها.

مثل:

٣ سم/ ٨ عمود = ٨ سم/ ٣ عمود = ٤ سم/ ٦ اعمدة = ٦ سم/ ٤ أعمدة وهكذا في باقي الاحتمالات.

ويمكن استخدام الصيغة التقديرية الاتية في حساب درجة مساحة العنوان تبعا لاحتمالات النشر (سم/ عمود).

المساحة	- ٢ سم/ع	- ٣ سم/ع	- ٤ سم/ع
الدرجة	١	٢	٣
المساحة	- ٥ سم/ع	- ٦ سم/ع	- ٧ سم/ع
الدرجة	٤	٥	٦
المساحة	- ٨ سم/ع	- ٩ سم/ع	- ١٠ سم/ع
الدرجة	٧	٨	٩
المساحة	- ١١ سم/ع	- ٢ سم/٨ع	- ٣ سم/٨ع
الدرجة	١٠	١١	١٢
المساحة	- ٤ سم/٨ع	- ٥سم/٨ع	- ٦ سم/٨ع
الدرجة	١٣	١٤	١٥
المساحة	- ٧ سم/٨ع	- ٨ سم/٨ع	- ٩ سم/٨ع
الدرجة	١٦	١٧	١٨
المساحة	- ١٠ سم/٨ع	- ١١ سم/٨ع	
الدرجة	١٩	٢٠	

ويلاحظ في الصيغة السابقة أننا لم نذكر العديد من الاحتمالات التي تقع بين المساحة ١ سم/ عمود ومضاعفات الارتفاع حتى ١١ سم/ عمود، والمساحة ٢ سم/ ٨أعمدة والارتفاعات التالية لها، مثل ٣ سم/ ٣ أعمدة أو ٥ سم/ ٤ أعمدة لان مثل هذه الاحتمالات إما أن تتفق مع أحد حدود المجالات المذكورة في الصيغة أو تدخل في أحد مجالاتها، فعلى سبيل المثال تتفق مساحة ٣ سم/ ٣ أعمدة مع المساحة ٩ سم/ عمود وتعطي لها نفس الدرجة، والمساحة ٥ سم/ ٤ أعمدة تدخل في المجال بين ٢ سم/ ٨ أعمدة الى ٣ سم/ ٨ أعمدة وتعطي لها الدرجة المقابلة للفئة حتى ٣ سم/ ٨ أعمدة.... وهكذا بالنسبة لباقي الاحتمالات بشرط توحيد المجالات والقيم المعطاة لها من خلال التقسيم الفئوي لمساحات العنوان، لتصلح أساسا للمقارنة خلال الاطار الزمني أو الاطار الوثائقي.

٣ - **المساحة Space**: أما مساحة النص فتعطي درجة من ١٠ درجات تمييزا لكل من الموقع والعنوان عنها، فقد لا تختلف المساحة في الصفحة الاولى أو الصفحات الداخلية، بالاضافة الى أن هناك من النصوص ما ترتفع قيمتها رغم مساحتها المحدودة مثل البيانات الرسمية، ويسهم في تأكيد الاهتمام بها الموقع ومساحة العنوان أو العناوين الخاصة بها.

وتوزع الدرجات العشر أيضا على المساحات الفئوية المحتمل ظهورها في النشر والتي تبدأ من أقل من ١/٤ عمود الى أكثر من ٢ عمود - وهي المساحات الشائعة في النشر - كالآتي: -

حتى ١/٤ عمود	١ درجة
حتى ١/٢ عمود	٢ درجة
حتى ٣/٤ عمود	٣ درجات

حتى ١ عمود	٤ درجات
حتى $\frac{١}{٤}$ ١ عمود	٥ درجات
حتى $\frac{١}{٢}$ ١ عمود	٦ درجات
حتى $\frac{٣}{٤}$ ١ عمود	٧ درجات
حتى ٢ عمود	٨ درجات
اكثر من ٢ عمود	١٠ درجات

ويمكن اضافة مساحات الصور الفوتوغرافية المصاحبة الى مساحة النص ما لم ير الباحث خلاف ذلك.

وبذلك يكون أمام الباحث درجة لكل من المتغيرات الثلاث المذكورة كالآتي:

الموقع	درجة من ٢٠ درجة
العنوان	درجة من ٢٠ درجة
المساحة	درجة من ١٠ درجات

ومع اضافة تكرار النشر كمتغير في حساب قيمة المحتوى في الوثيقة خلال الاطار الزمني للدراسة، فانه يقتضي جمع قيم المحتوى خلال الاطار الزمني للدراسة لينتج لنا القيمة الكلية خلال فترة الدراسة أو فترة العينة.

وبقسمة القيمة الكلية على عدد وثائق العينة خلال الاطار الزمني للدراسة فانه ينتج لنا قيمة المحتوى في الجريدة التي تصلح أساسا للمقارنة.

فاذا كانت قيمة الموضوع (كوحدة تحليل)

= قيمة المساحة + قيمة الموقع + قيمة العنوان

ورمزنا لقيمة الموضوع	بالرمز ق
ورمزنا لقيمة المساحة	بالرمز س
ورمزنا لقيمة الموقع	بالرمز م
ورمزنا لقيمة العنوان	بالرمز ع

فان ق للنص الواحد = س + م + ع

وتصبح ق للمحتوى في وثائق العينة هي مجموع ق للنصوص المنشورة فيها (التكرار). وتصبح ق للجريدة الواحدة (عينة الاسماء) خلال فترة العينة هي مجموع ق للمحتوى الفئوي في كل أعداد العينة مقسوما على عدد الاعداد المختارة كعينة من الجرائد (عينة الاعداد).

أي أن ق(*) = $\frac{\text{مجـ (س + م + ع)}}{\text{ن}}$

حيث ن هي عينة الاعداد (عدد وحدات العينة).

حساب القيمة في المجلة:

أما بالنسبة للمجلات فان قيمة المحتوى أو درجة الاهتمام به تقاس باجتماع عنصري المساحة والموقع فقط، حيث لا يمثل العنوان في المجلة قيمة منفردة تؤثر في قيمة المحتوى، وذلك لخضوعه للعوامل الفنية بالدرجة الاولى وارتباطه بالمساحة المخصصة للموضوع في المجلة وعدد صفحاته، والمثل على ذلك هو مقارنة المقالات الافتتاحية للمجلات بموضوعات أقل اهمية ووزنا، فقد لا تزيد الافتتاحيات عن صفحة واحدة في موقع متقدم وهذه تفرض على العنوان مساحة أقل قياسا بموضوع آخر أقل أهمية ينشر في موقع متأخر وفي صفحتين متقابلتين يعطي الفرصة لسكرتير التحرير الفني في زيادة مساحة العنوان

(*) تم تجريب هذه الصيغة الرياضية في البحث الخاص بالدراسة التحليلية للشؤون العسكرية في الصحافة المصرية (٦٧ - ١٩٧٣م) - انظر: محمد عبد الحميد: **الشؤون العسكرية في الصحافة المصرية** (٦٧ -١٩٧٣م) مرجع سابق ص ٢٠٦.

واستخدام باقي العناصر التبوغرافية التي قد لا تستخدم في المقال الافتتاحي.

وتصبح ق للموضوع الواحد في المجلة هي حاصل ضرب المساحة × الموقع حيث تمثل المساحة بنسبة مئوية من عدد صفحات المجلة تحول الى اعداد مطلقة تصبح قيمة مساحة كل موضوع، فالموضوع الذي يمثل ٢ ٪ من عدد الصفحات تصبح قيمة مساحته ٢ وما يمثل ٥ ٪ تصبح قيمة مساحته ٥ ..... وهكذا.

أما الموقع فهو أحد القيم الثلاث:

متقدم: وهو ما يقع في الثلث الاول من المجلة وقيمته الحسابية ٣

متوسط: وهو ما يقع في الثلث الثاني من المجلة وقيمته الحسابية ٢

متأخر: وهو ما يقع في الثلث الثالث من المجلة وقيمته الحسابية ١

ويمكن تقسيم الموقع الى فئات أكثر تبعا لطبيعة الوثيقة وعدد صفحاتها مع تعدد القيم التي تعطى لكل موقع منها.

وكما هو متبع في حساب ق للجريدة.

تصبح ق للموضوع الفئوي في المجلة خلال فترة العينة*.

$$\frac{\text{مجـ}(\text{س} \times \text{م})}{\text{ن}}$$

أما بالنسبة للصفحات الاخبارية في المجلة - في حالة وجودها - يمكن أن يعامل محتواها من النصوص الاخبارية معاملة الخبر في الجريدة مع استثارة القيم التي تتفق مع طبيعة نشر الخبر في المجلة.

(*) تم تجريب هذه الصيغة الرياضية في البحث الخاص بالدراسة التحليلية للشؤون العسكرية نفس المرجع السابق ص ٢٠٧، ودراسة مراكز الاهتام في الصحف العسكرية المصرية، أنظر/ محمد عبد الحميد، **الصحافة العسكرية في مصر دراسة تاريخية نقدية مقارنة** - مرجع سابق ص ١١٥.

ويراعي اعطاء قيمة للموضوع المنشور على الغلاف كله أو جزء منه، تضاف الى قيمة المساحة س، حيث أنه سيصنف من حيث الموقع في القيمة الاعلى للموقع المتقدم.

وقد طبقت قيمة الموقع في الدراسة التحليلية لدوريات العلاقات العادية كمدخل لقياس المناخ النفسي للمؤسسات المعاصرة (**محمد البادي ١٩٧٩ م**) حيث قسمت صفحات كل عدد من اعداد المجلة الى اربعة أقسام يشمل كل منها على عدد معين من الصفحات يتناسب طرديا مع حجم العدد، ثم أعطيت درجات أهمية لكل قسم تتناسب مع موقعه، فكانت درجة القسم الاخير (١) والثالث (٢) والثاني (٣)، و٤ درجات للقسم الاول. على ان يعطى كل موضوع درجة تتفق مع درجة القسم الذي يقع فيه*.

كما أعطيت درجات لكل صفحة من صفحات الغلاف الاربع تتناسب مع أهميتها، فالصفحة الاولى من الغلاف هي التي تمثل الاهمية الاولى تليها الصفحة الرابعة (الغلاف الاخير) ثم الصفحة الثانية (خلف الصفحة الاولى) واخيرا الصفحة الثالثة (خلف الغلاف الاخير) وأعطيت للصفحة الثالثة التي تمثل الاهمية الرابعة درجة تقديرية تساوي ٣ تليها الصفحة الثانية ٦ ثم الصفحة الاخيرة ٩ والاولى (الغلاف الاول) ١٢ درجة مع تقسيم الدرجة التقديرية للصفحة على عدد الموضوعات المنشورة فيها بالتساوي في حالة تعددها حيث أنها تتساوى في درجة تركيز الاهتمام.

(*) قام الباحث بدراسة الموقع والمساحة كمؤشرات لدرجة تركيز المجلة على اهتماماتها وحجم هذا التركيز فيما سماه بالبعد الرأسي والافقي لاهتمامات المجلة مع استخدام الدرجات التقديرية المذكورة للموقع ووحدات المساحة (السنتيمتر المربع) كوحدات قياس لفئات التحليل المختارة دون أن يقيم علاقة رياضية بين متغيري الموقع والمساحة ولكنه قام بتصنيف الفئات تبعا لكل متغير على حدة، مع حساب المساحة بوحدات السنتيمتر المربع منسوبة الى المساحة الكلية للعدد، أنظر: محمد البادي، مرجع سابق.

ومن خلال مثل هذه العلاقات الرياضية يمكن تقدير قيمة المحتوى في الصحف، وبمقارنة هذه القيمة مع غيرها من قيم المحتوى الفئوي الاخرى يمكن الاستدلال عن مراكز الاهتمام في الصحف ومعرفة أي الموضوعات تحتل اهتماما اكثر في الصحيفة، كما يمكن تطبيق هذه الصيغة الرياضية في الوسائل الاعلامية الاخرى كالاذاعة والتليفزيون بمعرفة المتغيرات الخاصة بالقيمة او الاهتمام وتقدير قيمتها ووزنها وحساب القيمة الكلية من خلال مثل العلاقات السابقة لتحديد مستوى الاهتمام به مقارنا بغيره من الموضوعات المذاعة أو المعروضة فيها.

المبحث الرابع

قياس الاتجاهات

ربما كان من أصعب الظاهرات الاعلامية التي تواجه الباحث في مجال تحليل المحتوى هو تحديد الجانب الذي تأخذه الرسالة The direction أو الانحياز bais، أو الاتجاه trend من قضية أو موقف معين تحديدا دقيقا من خلال المقاييس الكمية التي تميز منهج تحليل المحتوى.

ذلك أنه اذا كان من السهولة أن يقرر الباحث من خلال الدراسة الكيفية أو الانطباعية اتجاه الوسيلة أو المصدر، الا أنه يصعب اقامة الدليل على هذا الاتجاه ودرجته وشدته دون اخضاع المحتوى وسماته للضبط الدقيق من خلال المقاييس الكمية، خاصة مع غياب المقاييس النمطية التي تجعل الباحث يقرر - بدقة وموضوعية - في وجودها مدى الاتفاق أو الاختلاف معها تمهيدا للتقرير بوجود أو غياب الاتجاه ودرجته وشدته، ولذلك نالت هذه المحاولات اهتماما من الباحثين في مجالات بحوث تحديد الاتجاه في تحليل المحتوى للوصول الى صيغة رياضية تسهم في تخطي هذه الصعوبات، وذلك نتيجة الاعتقاد الراسخ لدى

المفكرين بأن تداعي الافكار والمعاني يعكس لا شعوريا ما يريد أن ينقله الفرد الى الاخرين في شكل من أشكال المحتوى.

ورغم أن نشأة بحوث تحليل المحتوى ارتبطت بداية بدراسة الاتجاهات والرموز الدالة عليها، وأصبحت هذه الدراسات تمثل نسبة كبيرة من مجموع بحوث تحليل المحتوى. الا أن هذه الدراسات كانت مثارا للاجتهادات الذاتية، ولم يتم حتى الان الاتفاق حول أساليب تقدير درجة الاتجاه وشدته، لان هذه الامور تخضع في النهاية لطبيعة المشكلة وأهدافها والمحتوى الذي يتم دراسته.

ومن خلال استعراض تراث دراسة الاتجاهات وقياسها في بحوث تحليل المحتوى نرى: -

١ - أن أهم ما يميز المراحل المنهجية لتحليل الاتجاهات وقياسها، أن الجزم بتحديد الاتجاه ودرجته، يتم كنتيجة لترميز البيانات والعد والقياس.

٢ - انه وان كانت فئات الاتجاه تحدد بداية من خلال التحليل المبدئي، الا أن وصف الاتجاه قد يحتاج الى استخدام معظم الفئات الشائعة لتصنيف المحتوى حسب فئات الاتجاه.

٣ - ليس هناك حدود لمستويات الاتجاه، وان كان أقلها المستويات الثلاثة (مؤيد pro أو معارض con أو محايد neutral) ولكن قد يصل الباحث الى استخدام مستويات أكثر حسب طبيعة البحث والبيانات المتاحة، وقد راينا توسيع الفئات لتصل الى اربعة مستويات عند جوزيف تاباك، والى ستة عند كابلان وجولدسون، وقدمنا تصنيفا مقترحا لستة مستويات في فئات الاتجاه في الفصل السابق، يمكن أن يصيغ الباحث أكثر منها تبعا لاحتياجات الدراسة.

٤ - يمكن الاسترشاد في توصيف فئات الاتجاه بالبحوث السابقة، دون أن تكون نمطا ثابتا للتوصيف، لاختلاف طبيعة الدراسات وبياناتها.

٥ - نظرا لان تحديد الاتجاه يكون بمثابة أحكام نهائية، فانه لا يجب الاكتفاء بوحدات التسجيل فقط كمشيرات لتحديد الاتجاه دون أن نأخذ في الاعتبار وحدات السياق حتى تكون الاحكام صادقة.

٦ - استثارة المقاييس الكمية التي تصلح لتحديد الاتجاهات ودرجتها من خلال عد الرموز وقياسها أمر مرهون بمهارة الباحث في تأكيد صدق النتائج وثباتها وطبيعة البحث وبياناته.

وتبدأ عملية تحديد الاتجاه بوضع توصيف لكل اتجاه من خلال التحليل المبدئي الكيفي، واختيار المشيرات التي تتخذ كمواصفات لفئات الاتجاه التي سوف يتم تحديدها وقياسها ولتوفير عامل الصدق والموضوعية في تحديد هذه المشيرات فان الباحث يجب أن يلجأ الى المحكمين وذوي الخبرة للتأكد من تعبير المشيرات عن الاتجاهات المحددة قبل القيام بترميز هذه المشيرات وعدها أو قياسها.

ويرى كارني أن الانحياز (الاتجاه) يمكن أن يأخذ شكل التعبير المباشر أو غير المباشر، ويمكن أن يشار اليه من خلال الكلمات أو وجهات النظر والمواقف.

فمن خلال الالفاظ في البحث المباشر يكون بعد القيم والاحكام الاصطلاحية المستخدمة، وفي عرض وجهات النظر أو المواقف يكون بتحليل اساليب تبني هذه المواقف أو وجهات النظر.

أما في غير المباشر فيتم اللفظي من خلال توالي التفاصيل الخاصة بتبرير الاحداث، وفي المواقف من خلال السمات الدالة على الحث

والتحريض المؤيدة أو المعارضة[1].

المستوى	مباشر	غير مباشر
لفظي	القيم والاحكام الاصطلاحية	تتابع التفاصيل الخاصة بتبرير الاحداث
الموقف	تبني وجهات النظر أو المواقف	الحث والتحريض المؤيد أو المعارض

وهذه الامور مرهونة بكفاية الاطار النظري للدراسة، وكفاية التحليل المبدئي، وألفة الباحث مع بيانات التحليل والدراسة.

ويجمع الباحثون في تحليل المحتوى على أن تكرار الرموز وحده لا يكفي في تحديد الاتجاهات، ويجب أن نضيف الى ذلك بعدا آخر للاتجاه وشدته أو كثافته Intensity والتي تقيس قوة الرأي أو مدى الاقتناع به، فعبارة «السلام هو السبيل الى تحقيق الامن والاستقرار في المنطقة» تقل في قوتها عن عبارة «السلام هو أفضل السبل لتحقيق الامن والاستقرار في المنطقة» وهذه أقل من عبارة «السلام هو السبيل الوحيد لتحقيق الامن والاستقرار في المنطقة».

فعلى الرغم من أن التكرار سيعطي وزنا متساويا لهذه العبارات الثلاثة الدالة على الاتجاه. الا أنه من الواضح أن قوة اللفظ والمعاني المستخدمة في التأكيد تختلف في كل عبارة عن الاخرى.

وكذلك يمكن أن تشير المتغيرات الخارجية للمحتوى الى تباينا في درجة الاتجاه وشدته في حالة اتفاق تكرار النشر.

(1) Carney, Thomas, F., op. cit P.P. 180 - 181.

وليست هناك مقاييس ثابتة لتحديد شدة الاتجاه، ولكنها من الامور التي ترتبط بمهارات الباحث واستثارته لاساليب تتفق مع طبيعة البحث والمحتوى، مع الاسترشاد بالمقاييس المستخدمة في البحوث السابقة وتكييفها مع طبيعة البحث وأهدافه.

وهناك العديد من العلاقات الرياضية التي استخدمها الباحثون (سواء من خلال التكرار أو موازين التفضيل في قياس الشدة) لتحديد الاتجاهات ودرجتها وشدتها.

وأبسط هذه العلاقات هي النسبة المؤيدة لمقاييس الرموز الدالة على الاتجاه منسوبة الى عدد الرموز الكلية.

فاذا كان لدينا ١٠٠ تصريح أو عبارة في المحتوى، وكانت عدد التصريحات المؤيدة ٧٠ وغير المؤيدة ١٠ والمحايدة ١٠ والعبارات التي لا تحمل اتجاها ١٠، كان الاتجاه المؤيد يمثل ٧٠٪ وغير المؤيد ١٠٪ والمحايد ١٠٪ والاتجاه الصفرى ١٠٪.

وقد استخدم جان وليام لابيير **Lapierr, J.W** في دراسة «التغطية الاخبارية عن دولة اسرائيل في الصحف اليومية الكبرى»[1] مقياسا مبسطا للوصول الى نسبة العبارات التعاطفية مع العبارات العدائية من خلال العلاقة بينهما كالآتي: -

$$\text{النسبة} : = \frac{\text{عدد العبارات التعاطفية}}{\text{عدد العبارات العدائية}}$$

وتفسير النسبة الناتجة لكل موضوع على أساس القواعد التالية، اذا كانت النسبة اعلى من واحد صحيح فمعني ذلك أن العبارات

---

(١) انظر: السيد يس. **الشخصية العربية بين المفهوم الاسرائيلي والمفهوم الغربي**، مرجع سابق ص. ص ٩١ - ٩٤.

التعاطفية تزيد عن العبارات العدائية واذا كانت واحد صحيح فهناك تعادل بين العبارات التعاطفية والعدائية، واذا كانت أقل فالميزان يميل لصالح العبارات العدائية.

أما ريتشارد باد[١] فيقيم علاقة تضم كل وحدات المحتوى بما فيها الوحدات التي ليس لها علاقة بالاتجاهات.

فمعامل الاتجاه يحسب كالاتي:

معامل التأييد = مربع عدد العبارات المؤيدة − عدد العبارات المؤيدة × المعارضة

عدد وحدات المحتوى الكلية × عدد الوحدات التي تحمل اتجاها

معامل المعارضة = عدد العبارات المؤيدة × المعارضة − مربع عدد العبارات المعارضة

عدد وحدات المحتوى الكلية × عدد الوحدات التي تحمل اتجاها

فاذا كان لدينا ١٠٠ وحدة في المحتوى، منها ٧٠ وحدة مؤيدة، ١٠ معارضة، ١٠ محايدة، ١٠ وحدة لا تحمل اتجاها.

فان معامل التأييد = $\frac{(٧٠)^{٢} - ٧٠ \times ١٠}{١٠٠ \times ٩٠} = ٤٧$

واذا لم يكن هناك وحدات لا تحمل اتجاها أو لم يتم تصنيفها، فان المقام يكون مربع عدد الوحدات الدالة على اتجاهات معينة. كالآتي: −

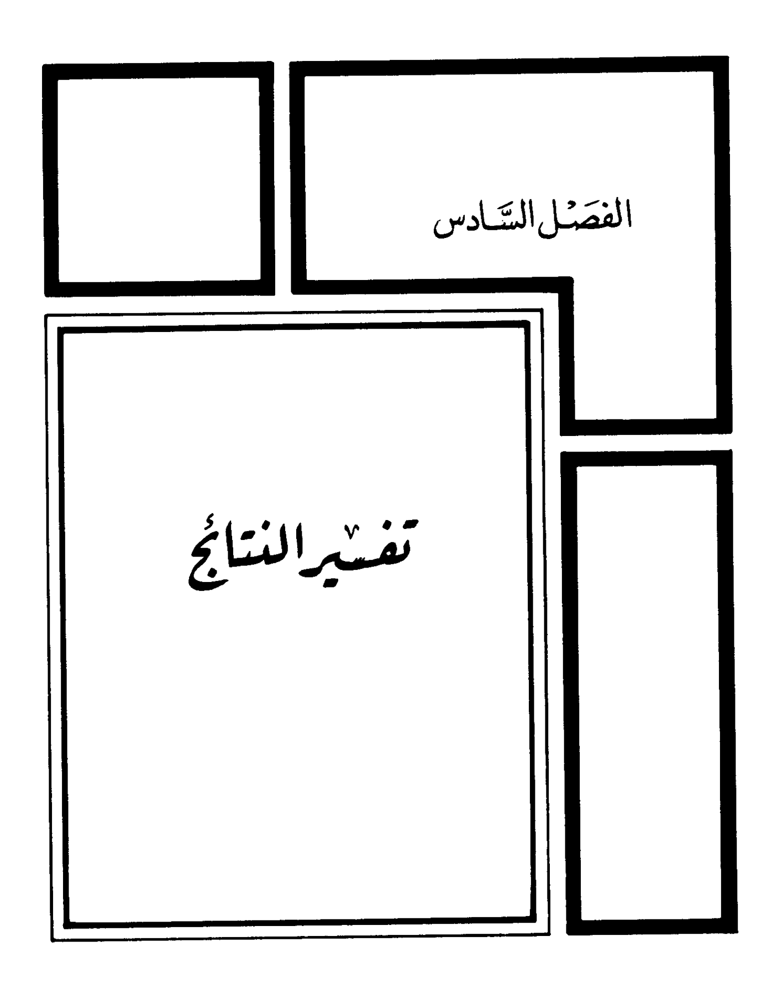
$$= \frac{(٧٠)^{٢} - ٧٠ \times ١٠}{(٨٠)^{٢}} = ٦٦$$

ويمكن من خلال نتائج العلاقات الرياضية بين الاتجاهات (كما سبق توضيحه) بناء المجالات بأنواعها ودراسة منحنى الاتجاه خلال الاطار

(1) Budd, R., op. cit P. 56.

الزمني للدراسة بما يفيد في الاستدلال أو التنبؤ بالاتجاهات في موضوع البحث.

* *
*



الفصل السادس

تفسير النتائج



تفسير النتائج

تتطلب عملية التفسير Explanation تنظيم النتائج وعرضها بصورة توضح ما تشير اليه من معان ودلالات ترتبط بالحدود المنهجية لعملية التحليل، في حدها الادنى الذي يستهدف وصف المحتوى والاجابة على التساؤلات المطروحة، أو التقرير بصحة العلاقات الفرضية كهدف أعمق لعملية التحليل يكشف عن المعاني الكامنة في المحتوى واستخلاص الدلالات الخاصة بهذه المعاني وعلاقاتها الارتباطية بغيرها من العناصر.

وحتى يصل الباحث الى هذه المرحلة، فانه يبدأ في اختيار الطرق الاحصائية المناسبة لعرض النتائج التي تعطي صورة وصفية دقيقة للبيانات التي تم رصدها خلال مرحلتي الترميز والعد أو القياس*.

ويتوقف على طبيعة البيانات وأهداف البحث اختيار هذه الطرق والاساليب التي تمثل مرحلة ضرورية ترتبط بشرط الاستخدام الكمي في تحليل المحتوى، وتسهم في سهولة انتقال الباحث - عبر هذه الطرق والاساليب الاحصائية - من البيانات والارقام المجردة الصماء الى

(*) يمكن الاستعانة بالمراجع الاحصائية لدراسة طرق وأساليب عرض البيانات، واستخراج المقاييس الاحصائية التي تفيد في اجراء المقارنات وتحديد العلاقات الارتباطية، مثل مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت ومعاملات الارتباط، والتباين، والاتفاق وغيرها من الطرق والاساليب التي تتفق مع طبيعة البيانات وأهداف الدراسة.

الوصف الكيفي لهذه الارقام أو الاستدلال عن المعاني الكيفية التي يستهدفها لتحقيق أهداف البحث.

ولان هذه المرحلة الانتقالية تمثل ضرورة للباحث تتمثل في اتفاقها مع المتطلب الكمي لتحليل المحتوى واجراءاته المنهجية، بالاضافة الى تيسير قراءة النتائج ووصفها أو الاستدلال من خلالها، فان الباحث يجب أن يمتلك المهارات الاحصائية للتعامل مع البيانات وتوظيفها لخدمة أهداف البحث - كما سبق ان ذكرنا في الفصل الثاني - دون ان تصبح هذه المرحلة هدفا في حد ذاتها، فيكتفي الباحث بالنتائج الكمية واستعراض الطرق والمقاييس الاحصائية، ولعل هذا الخطأ الذي يقع فيه الباحث من الاسباب التي دعت الى الاعتراض على التحليل الكمي واستخدامه عندما يقف الامر عند حدود عرض الارقام في جداول أو رسوم بيانية واستخراج مقاييس ومعاملات احصائية دون أن يصل الباحث الى تفسيرات تفيد في تطوير المعارف الخاصة بالمجالات التي يستخدم فيها.

كما أن التفسير الذي يتم بمعزل عن النتائج الكمية التي يتوصل اليها الباحث من خلال الاجراءات المنهجية ينحرف بأهداف الدراسة ومتطلباتها، ولن يزيد عن جهد نظري يحتاج الى أدوات منهجية أخرى للتقرير بصحته.

ولذلك فان الطرق والأساليب الاحصائية تعتبر أدوات الباحث في تحويل النتائج الكمية الى تفسيرات صادقة وصحيحه تسهم في تحقيق أهداف الدراسة.

وقبل أن يقوم الباحث بتفسير النتائج فانه يجب أن يتحقق من ثبات هذه النتائج وصدقها، من خلال الاختبارات الخاصة بثبات التحليل وصدقه. كمقدمة أساسية للتفسير والاستدلال.

المبحث الأول
ثبات التحليل

تعتبر مشكلة الثبات Reliability في تحليل المحتوى أكثر أهمية والحاحا عنها في البحوث الاجتماعية والانسانية الاخرى، لما يتميز به منهج تحليل المحتوى من تنوع وتعدد في الأساليب المستخدمة للترميز والعد والقياس، مع غياب الأسس المعيارية أو النمطية لهذه الأساليب، ولذلك فان الأمر لا يخلو من احتمالات ظهور التباين النسبي بين الباحثين الذين يتعاملون مع نفس المحتوى بنفس الأساليب والاجراءات، وهو ما يسمى بعدم ثبات النتائج التي يتوصلون اليها نتيجة لعدم ثبات الاجراءات والمقاييس المستخدمة في الوصول الى هذه النتائج.

فالثبات يعني من الناحية النظرية ضرورة الوصول الى اتفاق كامل في النتائج بين الباحثين الذين يستخدمون نفس الأسس والأساليب على نفس المادة الاعلامية، وان كان يصعب تحقيق هذا الاتفاق الكامل من الناحية العملية لاحتمالات تسرب الخطأ الى أي مرحلة من المراحل أو تدخل قدر من الذاتية فيها.

ولذلك فان على الباحث بداية أن يحاول تخفيض نسبة التباين الى أقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي الى ظهور هذا التباين في كل مرحلة من مراحل البحث.

ومن هذه العوامل ما يلي: -

١ - العوامل المرتبطة بشخصية القائمين بالترميز Coders

من أهم هذه العوامل اكتساب المهارات الخاصة بعملية الترميز، والفهم الكامل لاجراءاتها من خلال التدريب المستمر على هذه العملية

قبل اجرائها، والتأكد من استيعابهم لتعليماتها التي يجب أن تتميز بالوضوح الكامل.

ذلك أنه من الأسباب التي تؤدي الى احتمال تسرب الخطأ الناتج عن كفاءة القائمين بالترميز.

أ - إن المرمز قد تمر عليه بعض الوحدات دون أن يلاحظها ويسجلها.

ب - إن المرمز رغم ملاحظته للوحدات قد يسجلها تسجيلا خاطئا نتيجة عدم وضوح تعليمات الترميز.

ولذلك يجب على الباحث بداية التأكد من مهارة القائمين بالترميز، وأن يجري على عملياتهم اختبارات الثبات بصفة دورية للتأكد من ثبات عملية التحليل والتقرير بموضوعية البحث.

٢ - العوامل المرتبطة بتحديد الفئات Categorizing

فالفئات المختارة يجب أن يتحقق فيها - بالاضافة الى الشروط الأولية السابق مناقشتها - مستوى من الاتساق **Consistency** والاستقرار **stability** يحقق ثبات هذه الفئات، خاصة وأن تحديدها يعتبر المرحلة المنهجية الأولى في عملية الترميز وأي خطأ فيها سوف ينتقل بالتالي الى كافة مراحل التحليل والعد والقياس، ويحد من قدر الثبات الذي يتطلع الباحث الى تحقيقه.

والاتساق يعني تعادل معاني المحتوى مع عناصر الفئات المختارة، وهذه تحددها بداية التعريفات الاجرائية للفئات ومعانيها، ويعني في نفس الوقت ثبات هذا الاتساق عند تطوير الفئات تبعا لمتطلبات البحث وما يسفر عند مسار الدراسة.

واستقرار الفئات يعني بناءها لتكون ثابتة عبر الزمن، وفي مختلف المواقع، والمثل على ذلك اختيار الفئات من بين الأفكار الايديولوجية

التي ترتبط بظروف مرحلية معينة أو بمواقع مختلفة لهذه الأفكار، فقديما استعملت كلمة الاستعمار بمعنى التعمير، ولكنها تغيرت بعد ذلك لتعني استغلال الشعوب، وهي نفسها تختلف في معناها في الدول المستعمرة عنها في مستعمراتها.

وبناء الفئات بتحقيق الشرطين السابقين - الاتساق والاستقرار - هو العامل الحاسم، فاذا ما احتوى نظام الفئات على كل مدخلات المجتمع بالمصطلحات المرتبطة به، فان المشكلة تكون قد حلت[١].

وبمراعاة العوامل السابقة خلال مراحل وضع تعليمات الترميز، وخلال عملية الترميز نفسها يمكن الحد من تسرب الخطأ الى عملية الترميز بقدر كبير، ويعني تحقيق أكبر قدر من الثبات في عملية الترميز وفي نتائج الدراسة.

ولا يعيب البحث أو الدراسة أن تجري اختبارات تحقيق الثبات خلال مراحل عملية التحليل لتدارك الخطأ قبل وقوعه أو التقليل منه الى قدر الامكان.

الثبات التفسيري Interpretive reliability

وهو كما يعرفه مارشال Marchall بانه نفس الدرجة التي يصل عندها الباحث المستقل الى نفس تفسيرات النتائج التي وصل اليها الباحث على نفس الدراسة باستخدام نفس المنهج[٢].

فاذا ما أشارت نتائج الدراسة الى تفسيرات أو استدلالات معينة خرج بها الباحث فان الوصول الى نفس التفسيرات أو الاستدلالات بواسطة باحث مستقل قام باختبارات الثبات على نفس المادة

(1) Smith, Marchall, S., **The Development of a content Analysis Measuring Instrument.,** in Stone Philip, J, et al., op. cit P. 215.

(2) Ibid P. 216

وبالأساليب والأدوات التي استخدمها الباحث، يعني أن هناك ثباتا في التفسير يتخطى مرحلة ثبات النتائج التي تشير الى اتفاق بين نتائج الاختبارات ونتائج الدراسة الأصلية.

اختبارات الثبات Testing for Reliability

هناك ثلاث طرق شائعة لاختبارات الثبات.[١]

١ - طريقة الاختبار - واعادة الاختبار test - retest

في هذه الحالة يجري الاختبار مرتين على نفس المادة وبنفس الاسلوب، ويعتبر أن الثبات قد تحقق ما لم يحدث تغيير في النتائج التي تم التوصل اليها في الاختبارين.

وفي تحليل المحتوى يستخدم فرد آخر لاجراء الاختبار المكرر باتباع نفس تعليمات الترميز على نفس المادة، وتقارن النتائج التي يصل اليها مع نتائج الاختبار الأول للتحقق من قدر الثبات.

ويتوقف نجاح هذه الطريقة على وضوح تعليمات الترميز، ومهارة القائمين بالترميز حتى لا يتسرب خطأ في الاختبار أو اعادته نتيجة هذه العوامل والسيطرة عليها.

ولذلك تستخدم هذه الطريقة للوقوف على مدى وضوح تعليمات الترميز والتعريفات الاجرائية، وتقويم مهارة القائمين بالترميز وكفاءتهم، بالاضافة الى تقدير ثبات التحليل.

٢ - طريقة التقسيم النصفي split - halves

وتبعا لهذه الطريقة يقسم المحتوى الى نصفين أو أكثر - تبعا لاطار

(١) بتصرف عن المراجع التالية:

- Bailey, Kenneth, D., op. cit P.P. 61 - 63
- Kidder, Louise, H., op. cit P.P. 122 - 128
- Nachmias, David & Chava op. cit P.P. 148 - 149

المصادر أو الاطار الوثائقي أو الاطار الزمني - وتتم عملية الترميز على كل جزء منها على حدة باتباع نفس اسلوب الترميز، ثم تقارن النتائج في النهاية ليشير الاتفاق أو الاختلاف بينها الى مستوى الثبات.

وفي رأيي أنه في تحليل المحتوى، ليس هناك ما يضمن وحدة المقارنة - بين هذه الاجزاء لاحتمالات الاختلاف في التكرارات أو النتائج في قسم عن الآخر نتيجة لتواتر أحداث تسهم في تصاعد التكرار أو هبوطه، وبالتالي تعتبر المقارنة بين الاجزاء المختلفة غير سلمية، ويتأثر بالتالي معامل الثبات بين نتائج القسمين أو الأقسام.

٣ - طريقة الأشكال المتكافئة أو المتعادلة Equivalent Forms[١]

وتتطلب هذه الطريقة اعداد صور متكافئة مع المحتوى أو المادة التي تمت عليها عملية الترميز، ويجري الاختبار على هذه الصور ثم تقارن النتائج بعد ذلك.

ولكن في تحليل المادة الاعلامية وحيث يصعب الجزم بتعادلية صور المحتوى دون اجراء تحليل مسبق عليها، فان تطبيقها بهذا الشكل في تحليل المحتوى لن يصل بنا الى تقدير سليم لمستوى الثبات حيث تتداخل عوامل جديدة في زيادة نسبة التباين المحتمل.

ولذلك فانه عوضا عن ذلك يتم مقارنة النتائج التي يصل اليها فردان مختلفان على نفس المادة وبنفس الاسلوب، وهذا التطويع الذي قدمه ستمبل **Stemple** يقترب كثيرا من أسلوب اعادة الاختبار السابق الاشارة اليه.

وفي اعتقادي أن أنسب الطرق لاختبار الثبات في تحليل المحتوى هي طريقة اعادة الاختبار، التي تتفق مع طبيعة البيانات الاعلامية والمشكلات البحثية الخاصة بها.

---

(1) Stempel, Guido, H., in Budd, R., op. cit P. 67.

ويجب أن تجري الاختبارات في نفس ظروف الترميز الطبيعية التي تم خلالها العمل في عملية التحليل واستخلاص النتائج حتى لا تؤثر اختلاف الظروف أو التغيرات الزمنية في احتمالات الخطأ او التحيز وتخفيض مستوى الثبات، مع مراعاة التلقين الكافي بتعليمات الترميز التي تتسم بالوضوح الكامل للافراد المدربين تدريبا جيدا، والتأكد من استيعابهم لهذه التعليمات. بالاضافة الى أن الاختيار العشوائي للعينات التي تجري عليها اختبارات الثبات سوف يقلل الى حد كبير من احتمالات التحيز التي قد تستهدف الوصول الى نفس نتائج التحليل.

تقدير مستوى الثبات Assesment reliability

هناك عدة طرق قدمها الباحثون في تحليل المحتوى لقياس الثبات من خلال بناء العلاقة الرياضية بين مستويات الاتفاق والتباين ومجموع الوحدات التي تم عليها الاختبار بواسطة المرمزين، للخروج بمعامل الثبات الذي يتم قبوله أو رفضه طبقا لرؤية الباحث في مستوى الثبات المنشود.

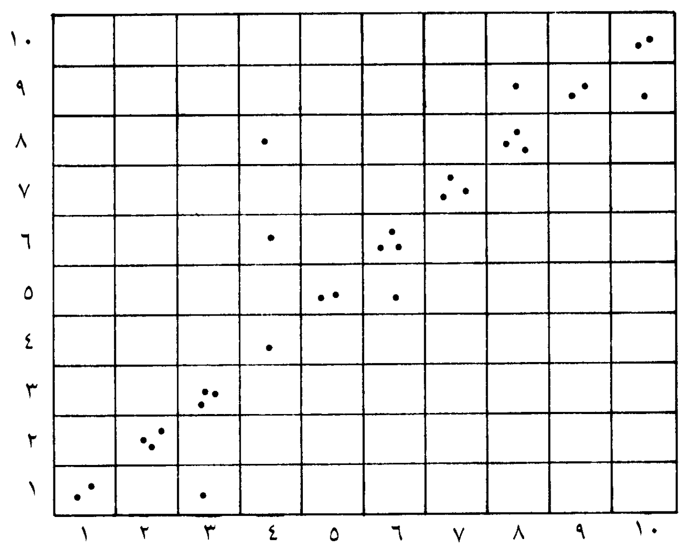
وقد قدم دانيلسون Danielson نموذج لبناء شكل انتشار Scattergram يجمع نتائج ترميز المرمزين على المستوى الافقي والرأسي لكل وحدة من الوحدات محل الاختبار في الوثيقة(١) (شكل رقم٧).

فاذا ما افترضنا ان اختبار الثبات يتم على ترميز ١٠ فئات أو وحدات في ثلاث وثائق. فان المرمز أ يسجل ترميزه في المربعات الرأسية، والمرمز ب يسجل في المربعات الافقية.

وتشير النقط التي تجمع بين الرمز أ ،ب في المربعات المشتركة الى الاتفاق في الترميز أو الرصد اما النقط التي تقع خارج المربعات المشتركة فتشير الى التباين في الترميز او الرصد.

(1) Danielson, Wayne, A., in Nafziger, Ralph, O., op. cit P.P. 190 - 191.





ومن ثم يمكن حساب نسبة الاتفاق (معامل الثبات) بنسبة الانتشار في المربعات المشتركة الى عدد الوحدات الكلية التي تصل في الشكل السابق الى ٨٠٪.

كما يقيم دانيلسون معامل الثبات Coefficient Reliability من خلال حساب النسبة المئوية للاتفاق The average percentage of agreament نتيجة نسبة عدد القصص التي يتفق عليها المرمزان الى العدد الكلي للقصص التي عمل عليها المرمزان، فاذا ما قام المرمز أبترميز ٣٤١ قصة. وقام المرمز ب بترميز ٣٢٣ واتفق الاثنان في ترميز ٣٢١ فان مجموع القصص التي قاما بترميزها تكون:

$$٣٤١ + ٢ = ٣٤٣.$$

وتكون النسبة المئوية للاتفاق: $\frac{٣٢١}{٣٤٣} \times ١٠٠ = ٩٤\%$

وبالاضافة الى ذلك قدم هولستي العديد من نماذج حساب معامل الثبات من خلال البحوث والدراسات التي تناولت تقدير الثبات في تحليل المحتوى، وتتلخص في الصيغ الرياضية الآتية[1]:

في حالة تعدد المرمزين أو المحكمين يحسب معامل الثبات بداية بتحديد نسبة اتفاق كل منهم مع المرمز الآخر، ثم يتم تقدير معامل الثبات العام كالآتي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{ن (متوسط الاتفاق بين المحكمين)}}{\text{١ + (ن − ١) متوسط الاتفاق بين المحكمين}}$$

(ن = عدد المحكمين)

فاذا كانت نسب الاتفاق بين المحكمين كالآتي:

	أ	ب	جـ	د
أ		,٦٤	,٧٠	,٧١
ب			,٦٩	,٦٦
جـ				,٦٨
د				

$$\text{متوسط الاتفاق} = \frac{٤٠٨}{٦} = ,٦٨$$

$$\text{معامل الثبات} = \frac{٤ \times ,٦٨}{١ + (٤ - ١) ,٦٨}$$

---

(1) Holsti, Ole R., op. cit P.P. 136 - 142.

$$= \frac{٢,٧٢}{١ + ٢,٠٤}$$

$$= \frac{٢,٧٢}{٣,٠٤} = ,٩٠$$

وهذه الصيغة تصلح للبحوث التي تحتاج الى تعدد المحكمين نظرا لصعوبة واجبات التحكيم وان كانت تعتبر مكلفة، ولا تعتبر بديلا عن ضرورة دقة قواعد الترميز.

وهناك صيغة أخرى مبسطة في الترميز لحساب نسبة الموافقة في الترميز الى مجموع وحدات الترميز في اختبار الثبات، تحسب كالآتي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{٢ \times \text{عدد الوحدات المتفق عليها}}{\text{مجموع وحدات الترميز}}$$

فاذا قام المرمزان بترميز ٢٤ وحدة، اتفق الاثنان على ١٤ وحدة منها فان:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{٢ \times ١٤}{٢٤ + ٢٤} = ,٥٨$$

الا أنه يؤخذ على هذه الصيغة أن الاتفاق بين المحكمين قد يتم بطريق الصدفة، وخاصة في النتائج النهائية لحساب التكرارات، وعلى

سبيل المثال اذا كان المرمزان أو المحكمان يقومان بترميز ورصد التأييد أو المعارضة من خلال مشيرات في ثلاث وثائق، فانه قد تكون النتيجة النهائية الاتفاق التام في مجموع تكرار التأييد والمعارضة في الوثائق، في الوقت الذي قد يكون هناك اختلاف في رصد تكرار كل وحدة من وحدات المشيرات في الوثائق، خاصة اذا كانت هذه المشيرات تتخذ أساسا لتحديد الاتجاه من موضوعين من موضوعات الاتجاه، فعندما يكون الاتفاق على تكرار التأييد هو ١٠ عند المرمزين، فقد يكون ٦ تكرارات للموضوع أ، ٤ للموضوع ب عند المرمز الاول ويكون عند الثاني ٤ للموضوع أ، ٦ للموضوع ب.

ولذلك تم تطوير الصيغة السابقة الى صيغة أخرى تأخذ في اعتبارها مستوى الاتفاق المتوقع الذي يتفق مع نتائج التكرارات لكل فئة من الفئات بالنسبة لمجموع التكرارات.

فاذا ما افترضنا - امتداداً للمثال المذكور في الصيغة السابقة - أن مجموع التكرارات لكل فئة من فئات موضوعي الاتجاه كان ٢٤ وهو عدد الوحدات التي قام المرمزان بترميزها موزعة كالآتي:

	مؤيد	معارض	
الموضوع (أ)	١٠	٣	= ١٣
الموضوع (ب)	٣	٨	= ١١
			٢٤

تكون نسبة تكرار كل فئة كالآتي:

أ	,٤٢	,١٣
ب	,١٣	,٣٣

وتكون نسبة الاتفاق المتوقع = مجموع مربع نسبة التكرارات / مجموع نسبة التكرارات

$$= \frac{(,٤٢)^٢ + (,١٣)^٢ + (,١٣)^٢ + (,٣٣)^٢}{,٤٢ + ,١٣ + ,١٣ + ,٣٣}$$

= ,٣٢

ونسبة الاتفاق الملاحظ هو نتيجة المثال السابق = ,٥٨

فان معامل الثبات (طبقا لهذه الصيغة) = (نسبة الاتفاق الملاحظ - نسبة الاتفاق المتوقع) / (١ - نسبة الاتفاق المتوقع)

$$= \frac{٠,٥٨ - ٠,٣٢}{١ - ,٣٢}$$

= ,٣٨

ويضيف هولستي أن هناك العديد من الصيغ التي قدمها باحثون آخرون الا أن الصيغة الاخيرة تعتبر اكثر فائدة في حساب معامل الثبات.

وفي رأيي أن نجاح الباحث في ثبات التحليل والنتائج لا يرتبط بقدرته على استثارة المعاملات الحسابية للثبات أو استخدام المعاملات المستخدمة في تراث تحليل المحتوى، بقدر ما يرتبط بنجاحه في ضبط عملية الترميز ذاتها من خلال السيطرة على العوامل التي تسهم في ظهور الخطأ او التباين.

ولذلك فان الباحث يجب ان يضع في اعتباره أن عملية الترميز وهي تتم لاغراض التحليل واختبار فروض الدراسة، فانها تتم في نفس الوقت لاجراء اختبارات الثبات، مما يزيد من اهتمامه بوضوح تعليمات الترميز والتعريفات الاجرائية وتدريب المرمزين والتأكد من ثبات الفئات ووحدات التحليل بتوفر شروط اختيارها وبنائها.

وأن يحدد منذ البداية مستوى الثبات الذي يتطلع الى تحقيقه في عملية التحليل فكلما ارتفع قدر الثبات كلما دل ذلك على دقة عملية الترميز والرصد، وان كنا لم نصل بعد الى الاتفاق على مستوى معين من الثبات، ولكن يمكن الاسترشاد بالدراسات السابقة في تقرير قدر الثبات.

وعلى سبيل المثال فقد اعتبر كابلان وجولدسون أن نسبة الاتفاق التي تصل الى ٩٠٪ تعتبر مستوى عال من الثبات، بينما لا تعتبر نسبة ٧٥٪ نسبة مرضية يمكن الاعتماد عليها، ومستوى الثبات الاعلى يمكن ان يصل اليه الباحث اذا ما تم تدريب المرمزين جيدا للعمل على فئات واضحة، ويمكن أن يصلوا الى الاتفاق ايضا من خلال التدريب الجيد والتعليمات الواضحة حتى مع استخدام فئات غامضة .

وبالاضافة الى أن شرط الثبات هو مطلب رئيسي من مطالب التحليل الكمي للمحتوى، فانه يعتبر في نفس الوقت ضرورة لتحقيق مطلب الصدق، وأن ما يبذله الباحث من جهد ووقت لتحقيق الثبات سوف يوفر كثيرا في تحقيق مطلب الصدق.

المبحث الثاني

صدق التحليل

يقصد بالصدق أو الصحة **Validity** هو صلاحية الاسلوب أو الاداة

لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر هو صلاحية آداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيا توصل اليه الباحث من نتائج، بحيث يمكن الانتقال منها الى التعميم.

ولذلك تجرى اختبارات الصدق أثناء العمل وقبل تفسير النتائج للتأكد من ان آداة القياس تقيس فعلا ما هو مراد قياسه.

وفي الدراسات التحليلية التي تستهدف وصف السمات الظاهرة للرسالة فقط، لا تثير النتائج صعوبة في اثبات الصحة أو الصدق، لان عمليات اكتشاف وجود الرموز أو غيابها وعد تكرار ظهورها لا يحتاج الى مثل الجهد والاجراءات التي تتطلبها دراسات أخرى تستهدف الاستدلال عن المصدر أو المستقبل مثلا في عملية الاعلام، حيث يتخطى الباحث وصف السمات الظاهرة الى الكشف عن المعاني الكامنة في المحتوى والكشف عن العلاقات الارتباطية بها. ومشكلة الصدق كانت هي الاساس الذي اعتمد عليه الخلاف حول أسلوب التحليل الكمي والكيفي والاهتمام بالمحتوى الظاهر أو المعاني الكامنة فيه، حيث يرتفع الشك في صدق الاستدلال عن المعاني الكامنة ما لم تقترن الدراسة بعقد المقارنات ودراسة معايير خارجية تؤكد صدق الاستدلال.

وهذا ما جعلنا نوفر في نموذج التحليل اجراء اختبارات الصدق كخطوة اساسية من خطوات التحليل يقوم بها الباحث للتحقق من صحة الاجراءات وصدق النتائج. حيث لوحظ اغفال الكثير من البحوث لهذه الاختبارات، لان الباحث يعتمد على حسه في تقرير صدق النتائج، وافتراضه ان الادوات التي يستخدمها تقيس فعلا ما هو مطلوب قياسه، اعتمادا على الثقة في تمثيل العينة والتعريف الدقيق للفئات وثبات عملية الترميز.

حقيقة أن العمليات الاخيرة تؤثر في ترجيح الصدق، لكنها لا تعتبر

كافية وحدها للتأكد من صدق الاستدلال[1].

فدراسة اخبار الجريمة في الصحف قد تشير الى ارتفاع تكرار النشر عنها، وهذه النتيجة مقبولة ما دامت الدراسة تستهدف وصف هذه الاخبار في الصحف والعينة ممثلة للمصادر، وتم تعريف الجريمة بدقة، واتسمت عمليات الترميز والعد بالثبات، ولكن عندما ننتقل الى الاستشهاد بهذه النتائج عن ارتفاع معدل الجريمة في المجتمع فان الامر يتطلب اجراء اختبارات الصدق لاتخاذ هذه النتائج معيارا للتقرير بارتفاع معدل الجريمة في المجتمع.

وأيضا لا يعتبر التوسع في نشر الانحرافات الخاصة بالانفتاح الاقتصادي دليلا وحيدا على فشل هذه السياسة ما لم تقترن اجراءات البحث بشواهد وأدلة اخرى خارجية تؤكد نتائج التحليل، مثل الارقام الخاصة بالاستثمارات والعمالة ومستويات الدخل القومي والفردي.. الى آخره، في سنوات تبني هذه السياسة.

وفي الدراسات التي تستهدف وصف المحتوى، فان هناك شروطا أساسية للتقرير بصحة أو صدق النتائج الوصفية.

١ - كفاية تمثيل عينة المصادر والتأكد من شمولها لكافة المدخلات الخاصة بالفئات والوحدات، ولذلك فانه ما لم يتأكد الباحث في مرحلة التحليل المبدئي من تكرار ظهور هذه الفئات والوحدات في العينة المختارة، فمن الافضل في هذه الحالة، تغيير أسلوب اختيار العينة ليضمن دقة تمثيلها للمجتمع أو القيام بالدراسة الشاملة لمجتمع المصادر ضمانا لتحقيق هذا الشرط.

٢ - التعريف الدقيق بالفئات والوحدات مع توفر شروط اختيارها - وهي الاستقلال والشمول ومدى وفائها باحتياجات البحث

(1) Holsti, Ole, R., P. 142.

وأهدافه - وغياب هذه الشروط سوف يؤدي الى عدم دقة التصنيف والمراحل التالية.

وقد سبق أن ذكرنا انه في دراسة المادة الاخبارية في الاذاعة المصرية **(فوزية فهيم ١٩٧٥م)** تم اتخاذ الاضرابات الناتجة عن التفرقة العنصرية والحرب الاهلية والاضطرابات الداخلية كمشيرات لفئة (عسكري) وهو ما لا يتفق مع التعريف الدقيق لهذه الفئة، مما يؤدي الى زيادة تكرارات هذه الفئة على حساب فئة أخرى كان يمكن ان تصنف على اساس هذه المشيرات.

٣ - التأكد من شمول استمارات أو بطاقات التحليل لكافة المدخلات الخاصة بالفئات والوحدات، لانه مع تقرير هذه الفئات والوحدات واغفال بعضها في استمارات أو بطاقات التحليل التي ستتخذ كآداة أساسية في جمع البيانات، سيؤدي ذلك الى عدم صدق النتائج نتيجة عدم دقة هذا الاجراء.

٤ - ومع توفر الشروط السابقة، ودقة عمليات العد والقياس، فان توافر شرط الثبات يكون مؤكدا، ويؤدي ذلك الى كفاية صدق المرحلة الوصفية التي تعتبر الحد الادنى والمطلب الضروري في عملية الاستدلال التي تظهر فيها أهمية اختبارات صدق النتائج وتفسيراتها.

ويتفق الباحثون على أن هناك أربعة انواع للصدق، يختبرها الباحث كلها أو بعضها تبعا لطبيعة الدراسة وأهداف البحث[1].

١ - صدق المحتوى Content validity

(1) - Smith, Marchall, S., op. cit P. P. 217 - 224.
- Holsti, Ole, R., op. cit P. P. 142 - 147.

وهو ما يسمى أيضا بالصدق الظاهري Face validity ، وهو يعتمد على مهارات الباحث في اختيار الادوات التي تتفق مع طبيعة ووظيفة القياس، وتحكيم حس الباحث ومشاهداته في تقرير ملاءمة الادوات لوظيفة القياس، بالاضافة الى اجراءات التحكيم الخارجي خلال العملية المنهجية.

فالعلاقات الدبلوماسية والاقتصادية الطيبة وتصريحات القادة على سبيل المثال تعتبر من المشيرات الخاصة بالاتجاه الإيجابي في العلاقة بين دولتين، فاذا ما أشارت النتائج الى هذا الاتجاه، كان ذلك دليلا على صدق المحتوى، أما اذا كانت النتائج في الاتجاه المضاد، فان هذا يدل على وجود ثغرات في الاجراءات.

وفي حالة الاختلاف فان مارشال Marchall يطرح سؤالين يجب على الباحث الاجابة عليها[١]:

السؤال الاول: هل أداة القياس تقيس ما هو مراد قياسه فعلا؟، وهذا السؤال ينقسم الى قسمين:

- هل تم التحكيم على البناء المنهجي بواسطة محكمين خارجين؟
- مدى اتفاق الفئات كمصطلحات منهجية مع المصطلحات المستخدمة في وثائق التحليل.

والسؤال الثاني: يدور حول كفاية العينة للوصول الى نتائج ثابتة، حيث تشمل العينة كل أو معظم المدخلات المرتبطة ببناء الفئات.

بالاضافة الى التأكد من مدى ثبات عملية الترميز واتفاق نتائج المرمزين المستقلين مع نتائج الدراسة.

ومن خلال الاجابة على هذه الأسئلة، يتم تحديد الثغرات في

(1) Smith, Marchal, S., op. cit P. 218.

الاجراءات المنهجية التي أدت الى عدم صحة النتائج.

وهذا النوع من الصدق واختباراته يرتبط أساسا بالنتائج الوصفية، ويعتبر ضرورة كمرحلة من مراحل اختبارات الصدق في الدراسات التي تستهدف الاستدلال من خلال المحتوى عن عناصر العملية الاعلامية.

وفي هذا النوع من الصدق عادة ما يعتمد الباحث في تقرير الصحة أو الصدق على ثقته في كفاية الادوات والاجراءات لتحقيق الظاهرة محل البحث، واتفاق النتائج مع ما يحيط بالظاهرة من شواهد وسلوك تؤكدها، ولذلك فانه نادرا ما يقوم الباحثون بمثل هذه الاختبارات والاشارة اليها في تقرير البحث.

ويرى «باد» أنه في البحوث التي تقف عند حدود وصف المحتوى ولا تذهب الى أبعد من هذا فان مشكلة الصدق لن يكون لها وجود حيث لا يتطلب الامر لتقرير غياب أو وجود الرموز وعدها سوى تمييز ادراكي بسيط من الباحث، بينما يعتبر اثبات الصدق ضروريا في الاحوال التي تستخدم فيها الرموز والكلمات للوصول الى تفسيرات علمية[1].

٢ - صدق التنبؤ Predective Validity

ويقصد بصدق التنبؤ قدرة الاداة على التنبؤ بالاحداث في حالة غياب الدليل، واختبار قيمة التنبؤ ضرورة في الدراسات التي تستهدف الاستدلال عن عناصر أو متغيرات ترتبط بسمات المحتوى بعلاقات فرضية يخضع اختبارها للبحث والدراسة.

فالكشف عن النوايا والدوافع والاتجاهات والسياسات الخاصة بالمصدر، والسمات الخاصة بالمستقبل، والتنبؤ بالوقائع والاحداث

(1) Budd, R., op. cit P. 69.

واتجاهاتها، من خلال تحليل المحتوى، هي وظائف استدلالية تقوم على تنبؤ الباحث من خلال صياغة العلاقات الفرضية بين هذه العناصر ومحتوى الاعلام، ويتم تحقيقها بواسطة التحليل.

وللتأكد من صدق التنبؤ، تجري الاختبارات التي تعتمد أساسا على المقارنة المنهجية للاطار الوثائقي والاطار الزمني للمحتوى، فالتنبؤ هناك يقوم على أساس أن السلوك يتمتع بدرجة من الثبات، وأن الاتجاهات العامة والتنظيم في الاستجابات يميز مجموعات من السلوك لدى الشخص بميزة معينة أو بطابع خاص يظل يشكل استجاباته في أغلب المواقف[1].

وبهذا فان المقارنة المنهجية هي التي يمكن أن تحدد الثبات أو التغيرات في مواقع التنبؤ بدراسة الظروف والمواقف التي يعاصرها المحتوى خلال الاطار الزمني للبحث.

وفي حالة التنبؤ بالوقائع والاحداث فان اختبارات الصدق تتم من خلال المقارنة مع معيار خارجي **Extrnal criterion** لتقرير قيمة التنبؤ.

وقد تعتبر السياسات الحزبية المعلنة دليلا على صدق النتائج الخاصة بالصحف الحزبية، الا أن الامر قد يبدو أكثر صعوبة في حالة الاشخاص أو الاحداث والوقائع الدولية التي غالبا ما لا تعلن سياساتها أو أهدافها ودوافعها، مما يتطلب جهدا كبيرا من الباحث لتقرير مستوى الصدق في نتائجه الاستدلالية من خلال المعايير الخارجية.

ان الباحث يمكنه في هذه الاحوال البحث في الوثائق الخارجية واجراء المقابلات والملاحظة المنهجية. ومسح التراث الخاص بالمصادر أو الاشخاص صانعي القرار في مثل هذه الوقائع، واستعادة الاحداث

---

(١) جمال زكي والسيد يس: مرجع سابق - ص١٧٣.

المشابهة مع ملاحظة البعد الزمني والتغيرات التي تطرأ على الظروف الكلية المحيطة بالظواهر بصفة عامة والظاهرة محل البحث بصفة خاصة.

ولا يقتصر تقدير قيمة صدق التنبؤ على الوقائع أو الاحداث المعاصرة أو المستقبلية فقط، ولكنه يستخدم أيضا في التفسيرات الخاصة بأحداث الماضي في حالة غياب الدليل في مرحلة البحث، واستخدام التحليل للاستدلال عن هذه الاحداث، ومقارنة النتائج بتراث هذه الاحداث من وثائق ومعارف خاصة بها وبأشخاصها.

٣ - صدق التوافق Concurrent Validity

ويقصد بهذا النوع من الصدق مدى اتفاق النتائج مع معايير خارجية أخرى، أو نتائج دراسات ترتبط بالظاهرة محل البحث.

فاذا ما اتفقنا على أن التخطيط السياسي والاقتصادي يعبران عن الفكر الايدولوجي للدولة، فان تحليل المحتوى الخاص بالمعايير السياسية لهذه الايدولوجية، يؤكده الدراسات الخاصة بالمعايير الاقتصادية التي تنتهجها الدولة كمعيار لصدق التحليل ونتائجه.

ولا يعتبر الاتفاق وحده مطلبا في اختبارات صدق التوافق، فقد تستخدم دراسات التباين لتأكيد الصدق من خلال المقارنة بين الاتجاهات المتضادة لتأكيد ايها للآخر، وعلى سبيل المثال فان اتجاهات صحف اليسار تؤكدها اتجاهات صحف اليمين التي تختلف معها في الرموز واستخداماتها في أغلب المواقف.

وقد يشار الى صدق التنبؤ، وصدق التوافق معا بالصدق التجريبي.

Experemental validity حيث يقيسان معا مدى اتفاق نتائج الدراسات مع معايير أو وقائع أخرى خارجية.

فاعتصام المحررين والعاملين في مجلة «شتيرن» الالمانية احتجاجا

على تعيين رئيسين جديدين للتحرير معروفين بالميول المحافظة ويعطيان القيم والمواقف المحافظة أولوية على سياسات التوازن الاجتماعي والوفاق ونزع السلاح[1]، هذه الواقعة والبيان الصادر عن العاملين بخصوصها تعتبر معياراً خارجياً لاختبار صدق نتائج التحليل التي تم للاستدلال عن اتجاه مثل هذه المجلة من القضايا المذكورة أو بعضها.

٤ - صدق البناء **Construct Validity**

ويرتبط صدق البناء بالمهارات المنهجية للباحث وادراكه الكامل للإطار النظري لمشكلة البحث، فكلما توفرت هذه المهارات، أمكن بناء الاجراءات بطريقة صحيحة تحقق أكبر قدر من الدقة والموضوعية، كما أن الادراك الكامل للاطار النظري لمشكلة ما هو الاساس في تحديد المتغيرات وتعريفها وصياغة العلاقات الفرضية بينها التي تحدد اطار الاجراءات والنتائج في نفس الوقت.

ولعل أهم ما يميز مشكلة الصدق، أنها لا تقترن فقط بتقرير النتائج والمرحلة السابقة على التفسير، ولكنها مشكلة تلازم معظم الخطوات المنهجية، وتحتاج الى الاختبارات المتلازمة في كل مرحلة من مراحل البحث، حتى يمكن أن يثق الباحث بدرجة كبيرة في النتائج التي يتوصل اليها والتي يبني عليها تفسيراته واستدلالاته بعد ذلك.

المبحث الثالث

التفسير والاستدلال

قدمنا في الفصول الأولى أن التفسير Explanation والاستدلال Making infrence هو الهدف الأساسي لبحوث التحليل في مرحلتها المتطورة، حيث يعتبر التفسير والخروج بالدلالات المختلفة من النتائج

---

(١) جريدة الاهرام - القاهرة - ١٩٨٣/٥/١٥ ص٦.

هدفا من أهداف العلم وضرورة للتنبؤ بحركة الظاهرة وعناصرها واتجاهها. ورغم ذلك فان كثيرا من بحوث تحليل المحتوى تقف عند حدود نهايات مرحلة التحليل باستخراج النتائج، وقراءتها كأرقام صماء بغير محاولة لتفسيرها في اطار حركة العملية الاعلامية.

ولعل غياب عملية التفسير والاستدلال أو تجاهلها يرتبط بالحدود الوصفية للمحتوى في عملية التحليل التي سادت في فترة النشأة للاجابة على تساؤلات محدودة ترتبط بالاهداف التي عاصرت هذه الفترة مثل اكتشاف الدعاية من خلال الرموز السياسية، ودراسات يسر القراءة وغيرها من الأهداف التي يمكن أن تقف عند حدود وصف السمات الظاهرة في المحتوى، دون أن تتقدم الى مرحلة التفسير والاستدلال عن عناصر العملية الاعلامية التي تمثل الرسالة ومحتواها جزء من هذه العملية.

ولكن مع تطور النظرة الى تحليل المحتوى واعتباره منهجا لتحقيق الفروض العلمية، فان عملية التفسير والاستدلال تعتبر مطلبا ضروريا من مطالب البحث، تحقق الارتباط بين الاطار الفكري لتصور الباحث ونتائج العملية التحليلية.

وفي هذه الأحوال فان الباحث لا يقتنع بوصف السمات الظاهرة للمحتوى فقط، ولكنه من خلال الظروف والعوامل المحيطة بظهور هذه السمات، يحاول أن يختبر صحة تصوراته عن حركة العملية الإعلامية وعناصرها والعلاقات بينها في ظروف معينة، وبهذا تقدم هذه التصورات التي تصاغ في شكل فروض علمية اطار النتائج وتفسيراتها، التي يختبرها الباحث من خلال الاجراءات المنهجية لعملية التحليل.

ولذلك يحاول الباحث الاجابة على هذه الاسئلة او بعضها.. من

الكاتب او القائل..؟ (تحديد السمات الشخصية والاجتماعية للمصدر او المرسل)... لماذا يكتب أو يقول ما كتب أو قيل..؟ (تحديد الاسباب والدوافع).. في اي اتجاه تتحرك استخدامات رموز التحليل؟ (تحديد اتجاهات الوسيلة أو المصدر).. ما هي الاهداف او الغايات من انتاج الرسالة..؟ (الوظائف الايجابية أو السلبية).. ما هي الظروف العامة المحيطة بانتاج الرسالة..؟ (تحديد النسق الاجتماعي أو السياسي أو الاقتصادي).. كيف تعمل حركة العملية الاعلامية وفي أي اتجاه..؟ (ضبط المعلومات واتجاهات التأثير).. من يقرأ أو يسمع (تحديد السمات الشخصية والاجتماعية للجمهور).. وغيرها من الاسئلة المحيطة بعملية الاعلام وعناصرها.. وهذه الاسئلة ترتبط بالمتغيرات الاساسية في بناء الفروض العلمية التي يصيغها الباحث ويقيم علاقة فرضية بشكل ما بينها وبين المحتوى وسماته كمتغير في صياغة هذه الفروض.

فتكرار العبارات المعادية في صحيفة ما، هو وصف لاتجاه المحتوى ذاته في حدود عملية الوصف، ولكن عندما تختبر صحة العلاقة بين تكرار العبارات المعادية واتجاه الصحيفة نفسها او الكاتب او الدولة، فاننا نصل من خلال عملية التحليل الى صحة هذه العلاقة أو عدم صحتها، وتقودنا النتائج في هذه الحالة الى تحديد اتجاه الوسيلة او المصدر أو الدولة، وهذا هو مفهوم الاستدلال من خلال نتائج التحليل، فالمحتوى وحده لم يقدم لنا سوى تكرار العبارات العدائية، ولكن اختبار الفرض وصدق النتائج هو الذي يقود الباحث الى الخروج بالاستدلالات الاخيرة عن الوسيلة او الكاتب أو المصدر، ولذلك فان صياغة الفروض في بحوث الاستدلال تعتبر ضرورة لانها أداة الباحث في عملية التفسير والاستدلال من خلال النتائج.

وكذلك العلاقة الفرضية بين موقع الموضوعات من النشر أو الاذاعة، وسياسة الصحيفة واتجاهها أو اتجاه الحزب والدولة التي تصدر

عنها الصحف، فمن المعروف ان تحديد مواقع النشر للموضوعات الصحفية أو الاذاعة بالنسبة للبرامج الاذاعية والتليفزيونية لا يتم اعتباطا، وانما يخضع لعوامل عديدة أهمها أهمية الحدث أو الموضوع وسياسة الوسيلة الاعلامية واتجاهها منه، فما يتفق مع هذه العوامل يتصدر الصفحات الاولى في الصحف او النشرات الاخبارية في الاذاعة، وغيرها يكون موقعه في الصفحات الداخلية أو في موقع متأخر في الاذاعة.

ولهذا فان دراسة وتحليل المشيرات الخاصة بالموقع لا تصف فقط موقع الموضوعات من النشر أو الاذاعة، ولكنها تساعد في الاستدلال عن اهتمام الوسائل الاعلامية بهذه الموضوعات بالذات واتجاهها منها.

وتحليل الصورة القومية لبعض الشعوب في وسائل الاعلام لا يمكن دراستها بمعزل عن الابعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية في بناء العلاقات بين الدول والشعوب ووسائل الاعلام فيها.. ولقد صاحب التغير في تحديد الصورة العربية في الولايات المتحدة - صورة العرب والاسرائيليين في الولايات المتحدة **(نادية سالم ١٩٧٨ م)** - الدور الذي لعبته نتائج حرب يونيو ١٩٦٧ وحرب أكتوبر ١٩٧٣ بعد ذلك، والتغير في النظام السياسي في مصر خلال هذه الفترة.

وساهم الاتجاه الاشتراكي في مصر حتى عام ١٩٦٩ في الارتفاع بالاهتمام بالموضوعات العالمية الذي تأثر بالاهتمام بحرب فيتنام ونتائجها والاتجاه المؤيد خلال هذه الفترة - دراسة تحليلية لموضوعات الشؤون العسكرية في الصحافة المصرية ٦٧ - ١٩٧٣ - **(محمد عبد الحميد ١٩٧٩ م)** وتأثرت هذه الموضوعات وانخفاض الاهتمام بها خلال اعوام ٧١، ١٩٧٢ م بتوتر العلاقات المصرية - السوفيتية، وانخفاض الاهتمام بها، والتي كانت تسهم ايضا في الارتفاع بقيمة الاهتمام بالموضوعات العالمية نتيجة

تصدر أخبار الاتحاد السوفيتي العسكرية الصفحات الاولى من الصحف المصرية حتى هذه التواريخ.

ودراسة التركيز على الدعاوى الانفعالية، أو الدعاوى المنطقية المعقولة في معالجة القضايا أو الاحداث تعكس سياسة الوسيلة الاعلامية من جانب، والنمط التعليمي أو الثقافي للكاتب من جانب آخر، كما تعكس أيضا السمات الثقافية لجمهور هذه الوسائل أو الكتاب، وهذه عوامل تؤثر في وسيلة الاقناع التي تتكرر في الوسيلة الاعلامية، ويمكن الاستدلال عنها من خلال تحليل محتوى الرسالة.

وبهذا فان بحوث تحليل المحتوى تسهم في الاستدلال عن مثل هذه العناصر في النموذج الاعلامي، حيث لا يهتم الباحث بالرسالة في حد ذاتها ولكن بالاجابة على الاسئلة الاعمق في النموذج الاعلامي.

ودراسة الاسباب والدوافع والظروف المحيطة بانتاج الرسالة من العوامل التي تساعد الباحث على التنبؤ بالمصدر أو المستقبل والعلاقة بينهما، ورد الفعل، وصياغة تنبؤات أعمق خاصة بمستقبل التغير في عناصر العملية الاعلامية أو الظروف المحيطة بها.

والاسباب والدوافع والظروف المحيطة بانتاج الرسالة هي العنصر الشرطي Antecedent لقيام العلاقة بين المصدر والسمات الخاصة بالرسالة من ناحية، والعلاقة بين هذه الاخيرة والجمهور من ناحية أخرى.

وعلى هذا يمكن التنبؤ والاستدلال عن المصدر والمستقبل من خلال تحليل سمات الرسالة بعد دراسة العنصر الشرطي[1]، لان هناك تفاعل بين الاستدلال عن المصدر والعنصر الشرطي، وان كنا لا نستطيع بداية الاستدلال عن العنصر الشرطي بدون الاستدلال المبدئي عن المصدر،

---

(1) Smith, Marchal, S., in stone, Philip. J., et al. op. cit P. 238.

وهذا ما يضاعف الجهد الذي يبذله الباحث في الاستدلال، فهو يخرج أولا باستدلالات مبدئية عن المصدر في حدود المعرفة النظرية للعلاقة بين الصورة التي تكونت لديه عن المصدر والعنصر الشرطي لسلوكه اللفظي الـــذي يظهر في المحتوى (هجوم/ تـــبرير/ دفـــاع/ انفعـــال/ منطقي..... الى آخره) ثم يبدأ بعد ذلك في تأكيد صدق وجود هذا العنصر الشرطي في اتخاذ السلوك، والذي يمكن أن يكون على سبيل المثال مثلا في النسق الاجتماعي الذي يعيشه المجتمع ومكانه في هذا النسق، أو الاتجاهات والقيم التي تحكم سلوكه باعتباره فردا في جماعة معينة، أو الانماط الثقافية الخاصة بالجماعة التي ينتمي اليها... الى آخـر هذه الامور التي تدفع الكاتب لان يسلك السلوك اللفظي الذي تظهره عملية التحليل.

والبحـــث عن العنصر الشرطي وتـــأكيـــده كضرورة من عمليـــة الاستدلال يعتبر في نفس الوقت أسلوبا من أساليب اختبارات صدق النتائج يلجأ اليه الباحث لتأكيد صدق الاستدلال والتنبؤ.

ونظرا للظروف الاعلامية في المجتمعات التي تحيط بانتاج الرسالة، فاننا نلاحظ غياب بحوث الاستدلال والتنبؤ من خلال تحليل المحتوى، باستثناء ما يتم في دهاليز السياسة وأجهزة المخابرات لخدمة الاهداف الامنية الداخلية والخارجية، وهذا لا ينفي عن تحليل المحتوى أهميته في عملية الاستدلال والتنبؤ ولكنه يؤكدها، ويمكن الوصول من خلالها الى تعميمات تفيد في الاجابة على السؤال «لماذا.....؟» في دراسة الظواهر الاعلامية من حيث العلاقات بين عناصرها، وبين الظواهر الاجتماعية الاخرى.

وهذه التعميمات هي الحد الادنى المطلوب لدراسة الظواهر الاعلامية في تطورها، على اعتبار أن الاعلام بصفة عامة ما زال في المرحلة

الارتيادية مثل «العلوم التي ما زالت في مرحلة تطورها، والتي يكتفى في بحوثها بمجرد التعميات التي تصلح لتصنيف الظواهر في التصنيفات المتعددة مبدئيا، حيث لم تصل بعد الى درجة صياغة قوانين تحكم هذه الظاهرات شأن العلوم المتقدمة»(١).

ومع غياب الدراسات الخاصة بالتفسير والاستدلال في بحوث الاعلام بصفة عامة، وتحليل المحتوى بصفة خاصة، فان الباحث يبذل جهدا اضافيا في تفسير النتائج والخروج منها بدلالات مستعينا في ذلك بالدراسات القليلة في تفسير السلوك الانساني في تراث علم النفس وعلم النفس الاجتماعي(٢).

ومع الاخذ في الاعتبار بطبيعة الظاهرة الاعلامية، فان هناك عدة مقدمات أساسية لتحديد عملية التفسير والاستدلال وتنظيم اجراءاتها في بحوث الاعلام بصفة عامة وبحوث تحليل المحتوى بصفة خاصة، تتمثل في الآتي: -

١ - ان ما يصدر عن الافراد في العملية الاعلامية (مرسل - مستقبل) من رموز لغوية، ما هي الا استجابات لفظية لمثيرات تحدث من

(1) Braithwait, Richard, B., **Scientific Expiqanation** (New York, Harber 1960) P.1.

(٢) راجع بالتفصيل.

- محمد عماد الدين اسماعيل، **المنهج العلمي وتفسير السلوك** (القاهرة - النهضة المصرية ١٩٦٢ م) ص.ص ١٣٧ - ٢٣٢.
- بول موي، **المنطق وفلسفة العلوم**: جـ٢ ترجمة فؤاد زكريا (القاهرة - النهضة المصرية ١٩٦٦ م) ص.ص ١٩٥ - ٢٤٢.
- جمال زكي والسيد يس، مرجع سابق ص.ص ٤٤٥ - ٤٦١.
- Kerneth, D, Bailey, op. cit P.P. 412 - 427.
- Lazarsfeld, Paul, F., **Interpretation of Statisitical Relation as a Research Operation** in Paul F. Lazasfeld and Morris Rosenberg., **The Language of Social Research** (New York, The Free Press) 1955.

أيها الى الاخر، أو من خارج العملية الاعلامية في اتجاه أحدهما فتـؤثر في سلوكه اللفظي الذي يظهر فيما يكتب أو يقال - وبذلك فاننا لا يمكن أن نفصل بين الاستجابات اللفظية كسلوك انساني وبين المثيرات التي تعتبر سببا لظهور هذه الاستجابات. ومن هنا كانت دراسة سمات المحتوى في حدود علاقتها بالوقائع والاحداث الخارجية كمثيرات، وعلاقة هذه السمات أيضاً بما يستهدفه كل طرف من أطراف العملية الاعلامية تجاه الطرف الآخر، فيتم الاستدلال على أساس وجود هذه العلاقة، والتنبؤ على أساس احتمال تكرار المثير والتعرض تحت نفس الظروف.

٢ - ان العملية الاعلامية بطابعها الجماهيري، هي ظاهرة اجتماعية ذات طابع جماعي تخضع في حركتها لمقومات وظروف النسق الاجتماعي الذي تعمل فيه، وأن السلوك في اطار هذه الظاهرة سوف يخضع بالتالي لمقومات وظروف هذا النسق، والامثلة على ذلك ما يستخدم من رموز أو تركيبات لغوية، والقيم والعادات والتقاليد التي يجدها الفرد ويجد عليه لزاما أن يتكيف معها، ولذلك فانه يتم تفسير السلوك اللفظي في حدود المفاهيم والقيم والعادات والتقاليد والتشريعات التي استقرت في المجتمع الذي يعيشه الفرد الكاتب أو القائل.
وحتى لو خرج الفرد عن هذه الحدود في سلوكه اللفظي - كمحاولة للابتكار أو الدعوة للمبادىء الجديدة مثلا - فانه ما لم يتوفر لهذه الافكار المناخ الجماعي الذي يهيىء لها ويستوعبها، فانها سوف تجد مقاومة من جانب المجتمع قياسا الى تقبل الافكار والقيم السائدة[١].

(١) - بول موي، مرجع سابق، ص ٩٥.
- جيهان رشتي، مرجع سابق، ص ٦٢٥.

٣ - ان العملية الاعلامية هي عملية ديناميكية يتحكم في عنصر الحركة فيها مبدا السببية ومبدأ التأثير المتبادل*.

وتطبيق مبدأ السببية في مجال الاعلام يعود بالباحث الى دراسة الاسباب الكامنة وراء السلوك اللفظي الذي يظهره المحتوى، فالاتجاه المعارض في المحتوى هو نتيجة تواتر أحداث أو وقائع مسبقة أدت الى اتخاذ هذا الاتجاه، ومعرفة هذه الاسباب هي التي تقود الباحث الى الاجابة على السؤال لماذا......؟.

وتخطيط السياسة الاعلامية عادة ما يتأثر بالاسباب والدوافع لاختيار وسائل وأساليب ومحتوى يتفق مع هذه الاسباب والدوافع التي ترتبط - في أقلها - بالاتجاهات العامة للدولة وسياسات الوسائل الاعلامية المعلنة، وبهذا يمكن أن نفسر اتجاهات التأييد أو المعارضة في المحتوى الاعلامي لقضية ما، أو دولة ما على الصعيد الدولي، وتغيير هذه الاتجاهات في وقت لاحق نتيجة لتغير هذه الاسباب والدوافع الممثلة في السياسات المعلنة.

وفي هذه الاحوال فان السلوك اللفظي يعتبر نتيجة منطقية

---

* مبدأ السببية: كل التغيرات تحدث تبعاً لقانون الارتباط بين الاسباب والنتائج وعلى هذا المبدأ تبنى القوانين السببية، والسببية شرط يتطلبه العقل لكي يتصور تعاقب الحوادث، وفي نفس الاتجاه، وأن المرء لا يستطيع أن يؤمن بأن الحادثين متعاقبان الا اذا أدرك أحدهما بوصفه سبباً للآخر.
مبدأ التأثير المتبادل: يوجد تأثير متبادل عام بين الظواهر، بالقدر الذي تكون فيه مقترنه من حيث المكان.
وكما أن السببية هي أساس التعاقب، فان التأثير المتبادل هو أساس الاقتران، فالحادثان المقترنان ليسا مجرد حادثين غير متعاقبين بل هما حادثان يؤثر كل منهما في الآخر تأثيراً متبادلا ومتساوياً.
راجع بالتفصيل - بول موي، مرجع سابق ص.ص٢٣٣ - ٢٤٠.

لمقدماتها المثلة في الاسباب التي تدفع بالوسيلة أو الكاتب إلى اتخاذ هذا السلوك.

وتبعا لمبدأ التأثير المتبادل فانه يمكن التفسير في ضوء الوقائع والاحداث التي تتواتر في المجتمع وتكون مقترنة في وقوعها وتكرارها مع اتجاهات المحتوى وسماته المعاصرة لهذه الاحداث والوقائع في المجتمع، لما لهذه الاحداث والوقائع من تأثيرات على السلوك السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي، وكذلك على الممارسة الاعلامية التي يمكن الكشف عنها من خلال سمات المحتوى التي تعكس السلوك اللفظي لوسائل الاعلام.

وتكرار الوقائع والاحداث مع تكرار السلوك اللفظي المصاحب هو الذي يحدد اتجاهات المحتوى وبالتالي اتجاهات الكاتب والوسيلة الاعلامية، فالقرارات السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية التي تحدد اتجاه الدولة تسمح بالقطع باتجاهات المحتوى الاعلامي - في الاتجاه المؤيد أو المعارض او المحايد - بما يظهر في المحتوى من مشيرات تحدد اتجاهاته ازاء هذه القرارات.

ولقد أثار تدخل الاتحاد السوفيتي في أفغانستان خلال عام ١٩٧٩م وما بعدها الاتجاهات المعارضة في وسائل الاعلام المناهضة للنظام الشيوعي بصفة عامة والاتحاد السوفيتي بصفة خاصة.

والوقائع التي شهدتها بولندا خلال أعوام ٨١، ١٩٨٢م كانت مثيرا لاتخاذ وسائل الاعلام الغربية موقف التأييد من نقابة «تضامن» بينما اتخذت وسائل الاعلام الشرقية موقف التأييد من الحكومة والمعارضة لاعمال هذه المنظمة، وتمثلت هذه الاتجاهات - بالتأييد أو المعارضة - من خلال - سلوك

وسائل الاعلام في عرض الوقائع والاحداث التي تمت في بولندا خلال هذه السنوات.

وكذلك آثار العدوان الاسرائيلي على لبنان ومذابح صبرا وشاتيلا في منتصف عام ١٩٨٢ م الاتجاهات المعارضة للموقف الامريكي بصفة عامة، واتفاقيات كامب دافيد خاصة، وكانت مثيرا لهذه الاتجاهات باستعادة السلوك اللفظي في محتوى وسائل الاعلام، والذي كان سائدا منذ زيارة الرئيس السادات للقدس في نوفمبر ١٩٧٧ م، وتوقيع اتفاقيات كامب دافيد في مارس ١٩٧٩ م وما بعدها.

وكما يصلح مبدأ السببية ومبدأ التأثير المتبادل في تفسير السلوك اللفظي والاستدلال من خلال محتوى الاعلام، فانها يصلحان أيضا للتنبؤ بالوقائع أو الاحداث من جانب، أو السلوك اللفظي في وسائل الاعلام من جانب آخر، طالما اقترنت الوقائع والاحداث بسمات معينة لهذا السلوك، تحت نفس الظروف وفي حدود الاطر الاجتماعية والنظريات الاتصالية التي تحكم عملية الاعلام.

وهناك عدة نماذج لتفسير السلوك الانساني بصفة عامة، منها ما يتصل بالدوافع والاسباب والحاجات والوظائف، وتفسير السلوك اللفظي الذي يظهر في محتوى وسائل الاعلام كأحد صور السلوك الانساني، في حدود السمات الخاصة بالعملية الاعلامية وعناصرها، ومن هذه النماذج ما يلي: -

١ - التفسير على أساس الدوافع Motives

ويعني هذا النموذج بالاغراض التي يستهدفها الفرد وتوجه سلوكه، وفي نموذج الاعلام فان التفسير على أساس الدوافع يرتبط بالاهداف

والنوايا التي تؤثر في السياسات الاعلامية على مستوى الوسيلة، فهذه تحدد اطار الموضوع والشكل للمحتوى الذي تقدمه هذه الوسائل، ولذلك فان الوسائل الاعلامية تختلف فيما بينها في تناول موضوع واحد أو التعليق على حادثة واحدة، فمنها ما تتصدر به صفحاتها أو برامجها، ومنها ما تهمله أو تؤخر عرضه في برامجها أو صفحاتها، تبعا لاتفاق الموضوع أو الحدث مع أهدافها ونواياها التي تظهر في سياساتها المعلنة أو يكشفها المحتوى.

وما يقال عن الوسيلة ينسحب على الفرد الكاتب أو القائل، فانه في تناوله لموضوع معين يستهدف الدعوة لمبادىء معينة أو يؤيد أو يعارض في اتجاه ما، أو يتجه الى تبرير الاحداث أو الوقائع المرتبطة باتجاهه، وهذا ما سبق أن قدمناه في الفصل الخاص بتحديد الفئات في اطار فئة الاهداف بالنسبة للقائم بالاتصال والتي تجيب على السؤال، ما هي الاهداف التي يسعى الى تحقيقها....؟ تأييد الفكرة رفض الفكرة، بث أفكار جديدة، تحويل المجتمعات، التنشئة والتربية الفكرية وتدخل استخداماتها في بحوث تحديد النوايا أو الاهداف.

وهذا يعني أن اطار التفسير قد تحدد بداية باختيار نوع البحث وفئاته، التي تحددت في ضوء الاهداف التي يسعى البحث الى تحقيقها.

٢ - التفسير على أساس الاسباب Causes

ولان الدوافع عادة ما تكون بعيدة عن ملاحظات ومشاهدات الباحث، فانه ينتقل الى التفسير على أساس الاسباب، وهذه الاسباب هي التي تؤدي الى سلوك معين يكشف عن دوافع الفرد وأهدافه، ويقصد بالاسباب هنا الظروف أو الاحداث ونتائجها.

فالفرد الذي ينادي بفكرة معينة أو يؤيد اتجاها معينا على استحياء يظهر من خلال التكرار غير المنتظم في سمات المحتوى في ظل معارضة،

نجد أن هذا الفرد نفسه يكشف عن دوافعه وأهدافه من خلال التكرار العالي والمنتظم لافكاره في ظل التغيرات التي تفرضها احداث مؤيدة لاتجاهه أو فكرته.

والتفسير على أساس الاسباب يرتبط بمبدأ السببية ومبدأ التأثير المتبادل - السابق الاشارة اليها - وبذلك أن وقوع حادث معين يحتمل أو من المؤكد أن يترتب عليه نتيجة معينة، والسلوك بصفة عامة، واللفظي بصفة خاصة قد يكون نتيجة لوقوع أو تواتر هذا الحدث.

ولان النتائج تتفاوت في ارتباطها بالوقائع والاحداث كأسباب، لذلك يمكن التفسير على أساس هذا التفاوت والتفرقة في مستويات الشدة في السلوك كنتائج لهذه الاحداث، والتي تشير الى قوة أو شدة أو عمق وكثافة الاتجاهات للوسائل والافراد.

٣ - التفسير على أساس الوظائف Functions

والتفسير على أساس الوظائف يقوم على الادراك الكامل للدور الذي تلعبه الوسيلة أو الفرد في النسق العام الذي ينتمي اليه ويحدد أهدافه في اطاره، وبذلك تتحدد مستويات الوظائف التي يقوم بها أو الوسيلة، واتجاهها. في حدود موقفه من الاهداف العامة لهذا النسق، الذي يبدأ بالمجتمع الكل ويتدرج الى المستويات المختلفة لانتماءات الفرد أو الوسيلة كالاحزاب او الهيئات أو النقابات أو الجماعات.

ولذلك فان ما يظهر من محتوى يرتبط بالدرجة الاولى بتحديد الانتماء والمركز الذي يمثله الفرد في بناء هذا النسق ومستوياته الاجتماعية أو التنظيمية، فوسائل الاعلام الحزبية تقوم بوظائف معينة ترتبط بأهداف الحزب وسياساته، وتعمل على الجانب المضاد للاحزاب الاخرى، ويختلف أفراد هذه الوسائل أو الاحزاب في التعبير عن

أهدافها وسياساتها، باختلاف المراكز التي يمثلونها داخل هذه الاحزاب، والوظائف التي ترتبط بها.

ولان عملية التفسير والاستدلال والتنبؤ من خلال محتوى الاعلام ترتبط الى حد بعيد بذاتية الباحث ورؤيته للارقام التي تظهرها النتائج، فانه يجب أن يتوفر فيها الضمانات الآتية - بالاضافة الى الضمانات التي تتمثل في الاجراءات المنهجية التي تؤكد صدق النتائج - حتى لا تكون مجالا للتشكيك في صحتها وصدقها:

١ - أن جوهر عملية التفسير والاستدلال هو ارتباط النتائج بالمقدمات، وفي هذه الحالة فانه يفضل اختيار الشائع والموثق من البيانات التي يصيغ منها الباحث هذه المقدمات، مثل الظواهر البيئية والاجتماعية والنفسية، الوثائق التاريخية والقانونية، المشاهدات والملاحظات الخاصة بالوقائع والاحداث، المقابلات الشخصية، الدراسات والبحوث السابقة ذات العلاقة بالظاهرة محل البحث... وغيرها من البيانات التي تسهم في الصياغة الدقيقة للمقدمات.

٢ - ان التأكيد بوجود العلاقة الارتباطية بين النتائج والمقدمات يفضل أن يكون في حدود الاطر النظرية والتجريبية التي تحكم حركة الظواهر الاجتماعية والنفسية والاعلامية، والتي سبق صياغتها في شكل قوانين أو تعميمات علمية وفلسفية ما لم يثبت عدم صحتها بعد.

ولا يعني هذا أن تكون هذه الاطر قيدا على الباحث، ولكن عدم الالتزام بها يعني رفضا لها، مما يحتاج الى تأكيد للاطر الجديدة التي يراها الباحث من خلال اجراءات واختبارات منهجية، قد تخرج بالباحث عن هدف البحث

الاساسي، بالاضافة الى أن صياغة تفسيرات واستدلالات قائمة على رؤية لم تثبت بعد يقلل من درجات الثقة في صحة التفسيرات والاستدلالات وصدقها.

وذلك ما لم يكن هدف البحث الاساسي هو اختبار تعميمات متباينة مع الاطر القائمة، فالاجراءات المنهجية لصحة هذه التعميمات ستكون بداية للثقة فيها بما تسهم به من تطور للعلم والمعرفة في هذا المجال.

٣ - صياغة التفسيرات والاستدلالات والتنبوءات في عبارات واضحة، قابلة للاختبار من خارج فريق البحث، وهذا يفرض على الباحث - بالاضافة الى ما سبق - الالتزام بالآتي:

أ - الدقة في اختيار المفاهيم والتعريفات العلمية.

ب - التحديد في صياغة العبارات التفسيرية، والتأكيد على العلاقات وعناصرها ومجالاتها التي يمكن ان تخضع للاختبار.

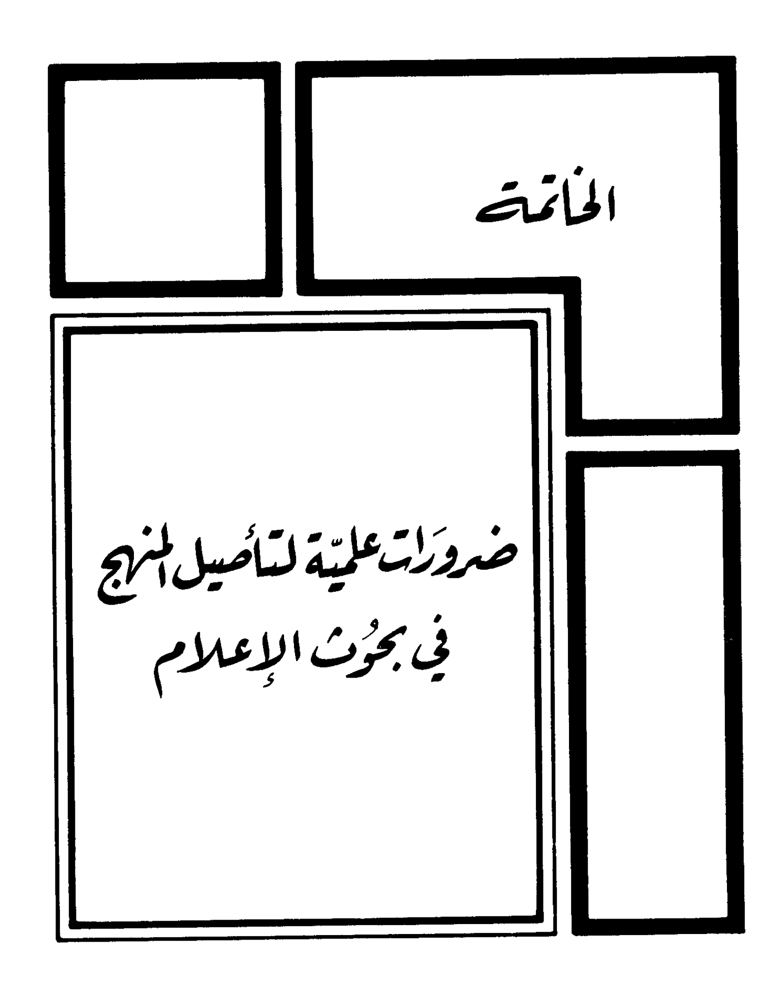
جـ - الفصل بين تفسيرات النتائج ودلالاتها، والشرح او الايضاح الخاص بهذه التفسيرات الذي قد يتطلبه تقرير البحث.

٤ - أن تكون التفسيرات والاستدلالات قابلة للتجريب والاختبار في حدود الاطر الاجتماعية والنفسية والاعلامية، ولذلك فاننا استبعدنا من نماذج التفسير في هذا المجال النماذج التي تبنى على الاسس البيولوجية Biologism او الوراثية Genetic التي يصعب اخضاعها للتجريب والاختبار في البحوث الاجتماعية بصفة عامة والاعلامية بصفة خاصة.

ونشير في الختام الى أن الاجراءات السابقة لا تقدم الضمان الكافي لصحة الاستدلال أو التنبؤ، ما لم يتجرد الباحث من ذاتيته في هذه المرحلة بالذات، وأن يبذل المزيد من الجهد في تأكيد صدق اجراءاته

المنهجية في كافة المراحل ونتائجها، فنتائج البحث ليست مطلباً في حد ذاتها، ولكن قيمتها تقاس بمدى ما تحققه من تقدم في المجالات العلمية المختلفة.




الخاتمة
ضرورات علميّة لتأصيل المنهج
في بحوث الإعلام

ضرورات علمية لتأصيل المنهج في بحوث الإعلام

قد يكفي لنجاح الباحث في استخدام المنهج ان يكون دارسا للاطار النظري والمنهجي، مدركا للاطار التطبيقي وتتابع خطواته - وهذا ما حرصنا على تقديمه في الفصول السابقة - الا ان هذا النجاح على مستوى الباحث، لا يعني تجاوز الاعتراضات الموجهة اليه، ونجاح المنهج وتأصيله في الدراسات الاعلامية، فهذا النجاح يظل مرهونا بتحقيق مطلبين أساسيين في دائرة المعرفة والبحث العلمي.

الاول: مدى ما تقدمه نتائج البحوث التطبيقية والاستخدامات من دلالات علمية تفيد في تطوير المعارف والعلوم، والخروج بها من دائرة النظرة الجزئية المحدودة للمحتوى الظاهر وسماته، الى الدائرة الاوسع التي تستهدف دراسة النموذج الاعلامي الكلي في اطاره الحركي.

وهذا يفرض على المجتمع العلمي ان يتخطى حدود الدراسات الوصفية في تحليل المحتوى التي تميز المراحل الارتيادية في البحث العلمي، الى الدراسات الاستدلالية عن حركة عناصر النموذج الاعلامي في المجتمع التي يجسدها بناء المحتوى ورموزه، وحركة الظروف والمتغيرات المحيطة بهذا النموذج التي تؤثر فيه، وتنعكس على البيانات الخاصة بعناصره وبصفة خاصة المحتوى ورموزه ايضا.

وتحقيق هذا المطلب بالاضافة الى انه يفتح آفاقا جديدة

للبحث العلمي في الدراسات الاعلامية، مثل بحوث تحديد الاهداف والنوايا للقائم بالاعلام، وتقويم السياسات الاعلامية، ودراسة التغير في الانماط التي تتفق مع اتجاهات النمو الاجتماعي في مجالاته المتعددة، وبحوث ضبط المعلومات، ودراسات التفاعل والمشاركة مع السياسات التنموية، وبحوث التأثير التي يمكن ان يكشف عنها تدفق الآراء والمعلومات الجماهيرية في وسائل الاعلام، وغيرها من البحوث والدراسات العديدة التي تتناول عناصر النموذج الاعلامي وحركته في ظل الظروف والمتغيرات المحيطة بها، بالاضافة الى انه يفتح آفاقا جديدة للبحث العلمي فانه يثري العلم والمعرفة في مجالات الدراسات الاعلامية والفكر النظري لها الذي يتفق مع طبيعة المجتمعات النامية واهدافها ومراحل النمو والتغير فيها، حتى تنطلق المعارف المستحدثة من واقع المجتمع ومتغيراته وظروفه، ويتحرر الفكر الاعلامي من الافكار والنظريات الواردة التي صاغتها مجتمعات تختلف في واقعها عن مجتمعاتنا.

الثاني: مدى ما يحققه المنهج من رسوخ، واتفاق حول اتجاه نموه العلمي، وتأصيل المفاهيم والخطوات الاجرائية لتكون دليلا ومرشدا للباحثين.

وهذا يفرض على خبراء الاعلام ضرورة الاهتمام بالاطار النظري والتطبيقي لمنهج تحليل المحتوى، يتخطى حدود التصنيف والاحصاء للدراسات التي استخدمته الى تقرير الاساليب والطرق التي تحقق الاستخدام الامثل لهذا المنهج وتطبيقاته في مجالات البحث المتجددة التي تكشف عنها

ميادين المعرفة في الدراسات الاعلامية.

ويندرج تحت هذا المطلب:

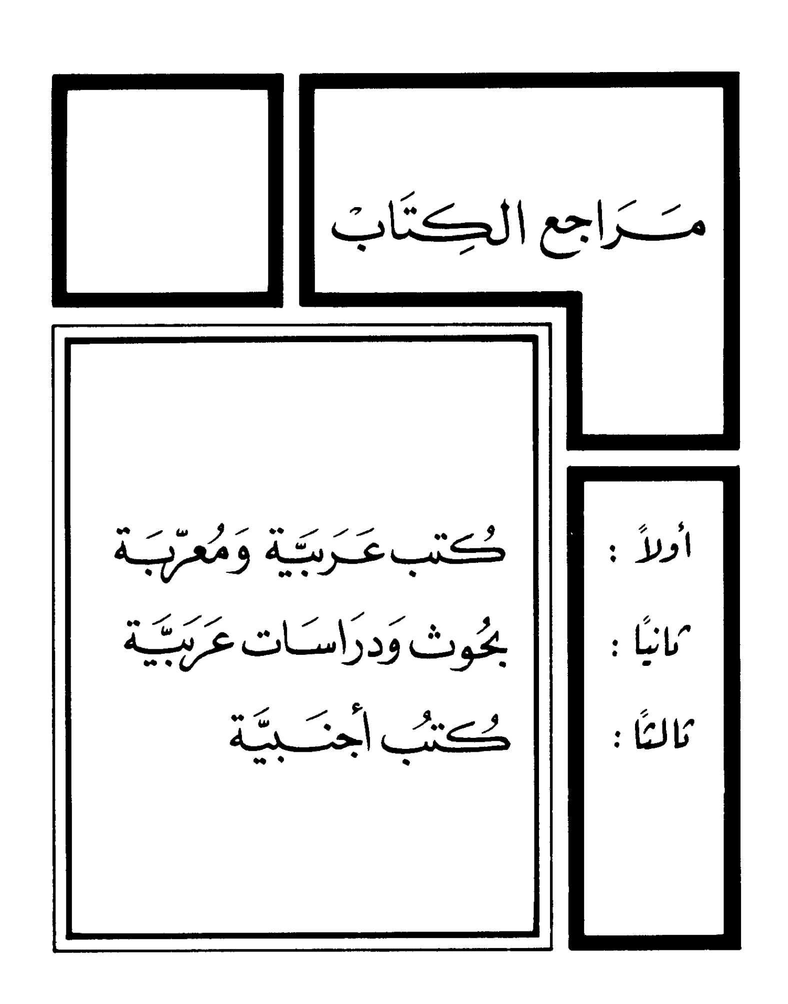
١ - تخطي حدود النظرة الفلسفية لعملية التحليل وأهدافها واستخداماتها، الى بحث ودراسة كافة الجوانب النظرية والتطبيقية واستثارة الاساليب والطرق العلمية التي تميز هذا المنهج، والاتفاق على حدود استخدامها حتى نتجاوز الفجوة بين النظرية والتطبيق من جانب، والتباعد الفكري بين الباحثين وبعضهم البعض، في اطار وحدة المفهوم وأساليب التطبيق والممارسة، وحتى نصل الى أنسب الطرق والاساليب لتقويم بحوث تحليل المحتوى وتطبيقاتها في الدراسات الاعلامية.

٢ - بحث الطرق العلمية التي ترفع من مهارة الباحثين في استخدام هذا المنهج، فالمنهج كما سبق ان قدمنا ليس مجرد عملية عد أو احصاء يتوقف بعدها تفكير الباحث، فعملية العد والاحصاء ليست الا وسيلة تساعد الباحث على الاستدلال والتعميم من خلال النتائج الكمية، وانه ما لم نضمن سلامة الوسيلة بالتدريب الكافي والصقل المستمر لمهارات الباحثين، فاننا لن نستطيع تجاوز الصعوبات الخاصة بتطبيق المنهج واستخدامه.

٣ - ولا يخفى ان اختيار المشكلة او الظاهرة للبحث يؤثر الى حد بعيد في قيمة الادوات المنهجية المستخدمة فيها، وبصفة خاصة المستحدثة منها - بتدني الفائدة من هذا البحث أو الدراسة - ولذلك فان التدقيق في تقرير المشكلات او الظاهرات التي يمكن ان يستخدم في بحثها

تحليل المحتوى، ببراعة ومهارة وبدقة، سيسهم الى حد بعيد في الارتفاع بقيمة المنهج وبصفة خاصة في المراحل المبكرة لاستخدامه، ولذلك فاننا لا نجد ردا مقبولا على الاعتراض بقيمة المنهج في الوصول الى دلالات تثري العلم والمعرفة، ما دامت البحوث في حد ذاتها لا تصل الى هذا المستوى ولا تستهدف ذلك.

هذه المطالب يمثل تحقيقها ضرورة لنجاح المنهج ورسوخه وسلامة استخدامه في بحوث الاعلام، لمواكبة التطور في مفهومه واستخدامه في الدول المتقدمة.



مراجع الكتاب
أولاً : كتب عربية ومعربة
ثانيًا : بحوث ودراسات عربية
ثالثًا : كتب أجنبية



أولاً : كتب عربية ومعربة

- ابراهيم امام: **الاعلام والاتصال بالجماهير** القاهرة: الانجلو المصرية، ١٩٦٨.
- ابراهيم إمام: **الاعـــلام الاذاعي والتليفزيوني،** القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٧٩.
- احمد بدر: **أصول البحث العلمي ومناهجه** ط٦، الكويت: وكالة المطبوعات ١٩٨٢.
- احمد بدر: **الرأي العام:** طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسات العامة، القاهرة: مكتبة غريب ١٩٧٧.
- احمد بدر: **الاعلام الدولي:** دراسة في الاتصال والدعاية الدولية، القاهرة: مكتبة غريب ١٩٧٧.
- احمد عبادة سرحان: **مقدمة في طرق التحليل الاحصائي،** القاهرة: بدون.
- السيد محمد خيري: **الاحصاء في البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية،** القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٥٧.
- السيد يس: **الشخصية العربية بين المفهوم الاسرائيلي والمفهوم العربي،** القاهرة: مركز الدراسات السياسية

والاستراتيجية بالاهرام ١٩٧٣.

- بول موي: **المنطق وفلسفة العلوم**، ترجمة فؤاد زكريا، القاهرة، النهضة المصرية ١٩٦٦.

- حامد ربيع: **نظرية الدعاية الخارجية**، القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة ١٩٧٠.

- حامد ربيع: **فلسفة الدعاية الاسرائيلية**، بيروت: سلسلة دراسات فلسطينية، منظمة التحرير الفلسطينية ١٩٧٣.

- جمال زكي والسيد يس: **أسس البحث الاجتماعي**، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٦٢.

- جيهان رشتي: **الاسس العلمية لنظريات الاعلام** ط ٣، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٧٨.

- ديوبولد فان دالين: **مناهج البحث في التربية وعلم النفس**، ترجمة محمد نبيل نوفل وآخرين، القاهرة: الانجلو مصرية ١٩٦٩.

- زيدان عبد الباقي: **وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والادارية والاعلامية** ط ٢، القاهرة: النهضة المصرية ١٩٧٩.

- سمير محمد حسين: **بحوث الاعلام**: الأسس والمبادىء، القاهرة: عالم الكتب ١٩٧٦.

- سمير محمد حسين: **تحليل المضمون**، القاهرة: عالم

الكتب، ١٩٨٣.
- سمير محمد حسين: **مداخل الاعلان**، القاهرة: دار الشعب ١٩٧٣.
- عبد الباسط محمد حسن: **أصول البحث الاجتماعي** ط ٧ القاهرة: مكتبة وهبة ١٩٨٠.
- عبد الرحمن بدوي: **مناهج البحث العلمي** ط ٣، الكويت: وكالة المطبوعات ١٩٧٧.
- عبد اللطيف محمد العبد: **مناهج البحث العلمي**، القاهرة: دار النهضة المصرية ١٩٧٦.
- عبد المنعم ناصر الشافعي، وآخرون **الاحصاء الاجتماعي**، القاهرة: مكتبة النهضة المصرية ١٩٥٤.
- علي السلمي: **الاعلان**، القاهرة: مكتبة غريب ١٩٧٨.
- لويس كامل مليكة: (وآخرين) **قراءات في علم النفس الاجتماعي في الدول العربية** الجزء الثاني: القاهرة: الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧٠.
- محمد الجوهري وعبد الله الخريجي: **طرق البحث الاجتماعي**، القاهرة: بدون ١٩٧٨.
- محمد زيان عمر: **البحث العلمي، مناهجه وتقنياته**، جدة، دار الشروق ١٩٨٠.
- محمد عماد الدين اسماعيل: **المنهج العلمي وتفسير السلوك**، القاهرة: النهضة المصرية ١٩٦٢.
- مختار التهامي: **تحليل مضمون الدعاية بين النظرية والتطبيق**، القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٤.

- مختار محمود الهاني: **مقدمة في طرق الاحصاء الاجتماعي**، الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعات بدون.

ثانيًا: بحوث ودراسات عربية

- السيد عليوة: **قرار الحرب في السياسة الاسرائيلية، تحليل مضمون محاضر الكنيست ١٩٦٧**، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام ١٩٧٧.
- خليل صابات: **نحو منهج لتحليل مضمون الصحف**، بغداد، ابحاث نقابة الصحفيين ١٩٧٢.
- خليل صابات: **الوضع الحالي للدراسات الاعلامية في مصر**، منشورات الحلقة الاولى لبحوث الاعلام في مصر، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٧٨.
- سمير محمد حسين: **تقويم البحوث الاعلامية**، منشورات الحلقة الثانية لبحوث الاعلام في مصر، القاهرة: المركز القومي للبحوث الإجتماعية والجنائية ١٩٨١.

- عبد الباسط عبد المعطي: **دراسة تقويمية لدور الاذاعة المصرية عام ٧٦ في: الاعلام تزييف الوعي**، القاهرة: دار الثقافة الجديدة ١٩٧٩.
- فاروق أبو زيد: **فن الخبر الصحفي**: دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية، القاهرة: دار المأمون للطبع والنشر ٨١.
- فرج احمد فرج: **علم النفس والاعلام - دراسة نفسية في تحليل المحتوى** منشورات الحلقة الثانية لبحوث الاعلام في مصر. القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٨١.
- فوزية فهيم: **المادة الاخبارية في الاذاعة المصرية** - دراسة في تحليل المضمون، مجلة الفن الاذاعي، القاهرة: معهد الاذاعة والتليفزيون العدد ٧٤ يناير ١٩٧٧.
- محمد عبد الحميد: **الاطار التحليلي لموضوعات الشؤون العسكرية في الصحف المصرية ١٩٦٧ - ١٩٧٣**، الباب الثالث من رسالة دكتوراه الشؤون العسكرية في الصحافة المصرية الفترة من حرب يونيو ٦٧ الى حرب اكتوبر ١٩٧٣ - غير منشورة - كلية الاعلام جامعة القاهرة ١٩٧٩.

- محمد عبد الحميد: **التحليـــل الكمي للمحتوى وبحوث الاعلام في ضوء المنظور المنهجي**، منشورات الحلقة الثانية لبحوث الاعلام في مصر، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٨١.
- محمد عبد الحميد: **دراسة مراكز الاهتمام في محتوى الصحف العسكرية العامة ٥٢ - ١٩٧٣**، في: الصحافة العسكرية في مصر، دراسة تاريخية نقدية مقارنة، القاهرة، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام ١٩٨٢.
- محمد محمد البادي: **دراسة تحليلية لدوريات العلاقات العامة**: في: مدخل الى قياس المناخ النفسي للمؤسسات المعاصرة، القاهرة: الانجلو مصرية ١٩٧٩.
- محمود الشريف: **كلمة حول اسلوب تحليل المضمون في الابحاث الاعلامية**، منشورات الحلقة الاولى لبحوث الاعلام في مصر، القاهرة المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٧٨.
- مختار التهامي: **دراسة تحليلية لمضمون التعليقات السياسية في برامج التليفزيون الاسرائيلي الموجهة للعرب خلال الفترة من ٧/١ الى ١٩٧٧/١٠/٣١**

في: تحليل مضمون الدعاية بين النظرية والتطبيق، القاهرة: دار المعارف ١٩٧٤.

- ميشيل سليمان: **صورة الشخصية العربية في الصحافة الامريكية** في: السيد يس الشخصية العربية بين المفهوم الاسرائيلي والمفهوم العربي، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية ١٩٧٣.

- نادية سالم: **صورة العرب والاسرائيليين في الولايات المتحدة الامريكية**، القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية ١٩٧٧.

- نادية سالم: **البحوث الاعلامية في مصر**: دراسة في الكم والكيف، منشورات الحلقة الاولى لبحوث الاعلام في مصر، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٧٨.

- نادية سالم، وعواطف عبد الرحمن: **الرأي العام المصري في الستينات والسبعينات**، دراسة في تحليل مضمون أبواب بريد القراء في الصحافة المصرية، القاهرة: منشورات المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٧٩.

- نواف عدوان وآخرون: **تحليل مضمون الدعاية الصهيونية الموجهة عبر الاذاعة والتليفزيون باللغة العربية**، مجلة البحوث: المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، العدد الخامس سبتمبر ١٩٨١.
- نواف عدوان: **بحوث المستمعين والمشاهدين في الوطن العربي**، الواقع والآفاق ندوة مناهج البحث العلمي في مجال الاذاعة والتليفزيون في الوطن العربي، مجلة البحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، العدد السابع ديسمبر ١٩٨١.
- هادي نعمان الهيتي: **اتجاهات جريدة الجمهورية إزاء القضية الفلسطينية والصهيونية والكيان الصهيوني**، مجلة البحوث: المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، العدد الخامس، سبتمبر ١٩٨١.

ثالثاً : كتب أجنبية

- Baily, Keneth, D., **Method of Social Research.,** New York, Free press 1978.
- Berlson, Bernard., **Content Analysis in Communication Research.,** New York, Hafner Publishing Company 1971.
- Braithwait, Richard, B., **Sientific Explanation.,** New York Harber 1961.
- Budd, Richard, W., et al., **content Analysis of Communication.,** New York, the Macmillan Company 1967.
- Carney, Thomas, F., **Content Analysis: A Techniques for Systematic Inference.,** Canada, University of Manitoba Press 1972.
- George, Alexender, L., **Propaganda Analysis.,** Evanston, Row Peterson Company 1959.
- Gerbner, George., et al., **The Analysis of Communication Content:** Development in Scientific and Computer Techniques., New York, John Willy & Sons 1969.
- Goode, William & Poul, K, Hatt., **Method in Social Research.,** New York, McGraw - Hill Book Company 1952.
- Harrah, David., **Communication: A logical Model.,** Cambridge, Massachausetts, The M.I.T. Press 1963.
- Holsti, Ole, R., **Content Analysis For the Social Science**

and Humanities., Canada, Addison – Wesley Publishing Company 1969.

- Jafkine, Frank., **Advertisment Writing.,** Plymouth, Macdonald & Evans 1970.
- Kerlinger, Fred, N., **Foundations of Behavioral Reseach.,** NewYork, Holt Rinchart and Winston 1964.
- Kidder, Louis, H., **Research Methods in Social Relation, 4ed,** NewYork, Holt and Winston 1981.
- Lasswell, Harold, D., **et al., Language of politics: Studies in Quantitave Semanties.,** NewYork, George Stewart 1949.
- Lasswell, Harold, D., **et al., The Prestige Press: A Comperative Study of Political Symbols.,** M.S.A the M.I.T. Press 1970.
- Lazarsfeld, Paul, F et al., **The Language of Social Research.,** NewYork The Free Press 1955.
- Mortensen. C. David., **Communication: The Study of Human Interaction.,** NewYork Mc Graw – Hill Book Company 1972.
- Nachmaias, David & Chava; **Research Method in The Social Science,** 2ed, New York, St Martin's Press 1981.
- Nafzigar, Ralph, O., et al., **Introduction to Mass Communication Research.,** U.S.A. Lewisiena State Uneversity Press 1972.
- Osgood, Charles, E., et al., **The Measurement of Meaning.,** Urbana, University of Illinois Press 1957.
- Pool, Ithiel De Sola, et al., **Trends in Content Analysis.,** Urbana, University of Illinois Press 1959.

- Shram, wilbur, **The Prosses and Effects of Communication.,** Urbana, University of Illinois Press 1962.
- Sills, David. L., ed. **International Encyclopedia of Social Science.,** New York The Macmillan Company & Free Press 1972.
- Stone, Philip, J., et al., **The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis.,** U. S. A The **M. I. T.** Press 1960.
- Weisbery, Herbert, F., & Bruce, D, Bowen: **An Introduction to Survey Research and Data Analysis.,** San Francisco, Free - man Company 1977.



محتويات الكتاب

الموضوع **الصفحة**

مقدمة ٥

الفصل الاول: تعريف تحليل المحتوى وتاريخه: .... ١١ - ٣٦

المبحث الأول - اتجاهات تعريف تحليل المحتوى ١٥

(الاتجاه الوصفي في التعريف - الاتجاه الاستدلالي - متطلبات تحليل المحتوى - الاستخدام الكمي والكيفي وصف المحتوى الظاهر والاستدلال عن المعاني الكامنة).

المبحث الثاني - عجالة تاريخية ٣٠

الفصل الثاني: الاطار المنهجي لتحليل المحتوى: .... ٣٧ - ٧٦

المبحث الأول - الخلاف حول التكييف المنهجي ٤٠

المبحث الثانى - التكييف المنهجي لتحليل المحتوى ٤٥

(صلاحية المنهج لتحقيق الفروض العلمية - صلاحية المنهج لتفسير الظاهرات الاعلامية - صلاحية المنهج للتنبؤ - تعريف المنهج وحدوده.

المبحث الثالث - النظام المنهجي لتحليل المحتوى ٥٦

(نموذج النظام أو التصميم المنهجي - اعتراضات
على المنهج - المهارات الخاصة بالاستخدام).
المبحث الرابع - استخدامات المنهج في بحوث الاعلام ٦٤
(الاستخدامات ونموذج الاتصال - استخدامات تحليل
المحتوى في بحوث الرأي العام - استخدامات
تحليل المحتوى في بحوث الاعلان).

الفصل الثالث: الخطوات المنهجية العامة: ...... ٧٥ - ١٠٧

المبحث الأول - التحليل المبدئي ٧٧
المبحث الثاني - وضع الفروض ٨١
المبحث الثالث - اختيار العينات ٩٠
(خطوات اختيار العينات - تحديد وحدة العينة -
تحديد اطار العينة - تحديد حجم العينة - تحديد
نوع العينة وطريقة اختيارها - اخطاء نظام العينات).

الفصل الرابع: ترميز بيانات التحليل: .... ١٠٩ - ١٦٧

المبحث الأول - التصنيف وتحديد الفئات ١١٢
(معايير التصنيف - شروط وصف الفئات - فئات المحتوى
«ماذا قيل.؟» فئات الشكل «كيف قيل..؟»
المبحث الثاني - تحديد وحدات التحليل ١٣٥
(وحدات اللغة - وحدات الفكرة - وحدات الشخصية -
- مفردات النشر والاذاعة - الترميز والقياس - العلاقة
بين الوحدات).
المبحث الثالث - تصميم استمارة التحليل ١٥٢
(أهمية استمارة التحليل كأداة منهجية - محتويات
استمارة التحليل - الجداول التفريغية - شروط تصميم

استمارة التحليل).

الفصل الخامس: العد والقياس: .... ١٦٩ - ٢٠٦

المبحث الأول - وحدات العد والقياس ١٧٢
(وحدات المتغيرات الداخلية - وحدات المتغيرات الخارجية).

المبحث الثاني - أسلوب العد والقياس ١٨١
(الاعتبارات الاساسية في العد والقياس - التكرار كأسلوب للعد - مستويات «مجالات القياس».

المبحث الثالث - قياس قيمة المحتوى وتحديد مراكز الاهتمام ١٩٠
(الموقع - العنوان - المساحة - قياس القيمة في الجريدة - قياس القيمة في المجلة).

المبحث الرابع - قياس الاتجاهات ٢٠٠

الفصل السادس: تفسير النتائج: .... ٢٠٧ - ٢٤٥

المبحث الأول - ثبات التحليل ٢١١
(عوامل ظهور التباين - الثبات التفسيري - طرق اختبارات الثبات - تقدير مستوى الثبات.

المبحث الثاني - صدق التحليل ٢٢٢
(صدق النتائج الوصفية - صدق المحتوى - صدق التنبؤ - صدق التوافق - صدق البناء).

المبحث الثالث - التفسير والاستدلال ٢٣٠
(أهمية التفسير والاستدلال - العنصر الشرطي في عملية التفسير - مقدمات اساسية للتفسير والاستدلال - نماذج التفسير والاستدلال).

خـــــاتمة: ضرورات علميـــــة لتـــــأصيـــــل
المنهـــــج في بحوث الاعلام .... ٢٤٧ - ٢٥٢
مراجع الكتاب .... ٢٥٣ - ٢٦٥
كتب عربية ومعربة ٢٥٥
بحوث ودراسات عربية ٢٥٨
كتب أجنبية ٢٦٣
محتويات الكتاب ٢٦٧

تنفيذ
مركز الصف الالكتروني
براج وخطيب
تصميم - اخراج - طباعة
بيروت ص.ب ١١ - ٤١٥٤
تلفون ٨٠٤٦٠٧ - ٨٠٤٧٠٦



للنشر والتوزيع والطباعة
تليفون: الادارة: ٦٣١٠٠٣٢ (٠٢) المكتبة: ٦٤٢٦٦١٠ (٠٢)
برقياً: مشكاتنا - تلكس SHORCO SJ ٤٠١٢٠٩
ص.ب. ٤١٤٦ - جدة - المملكة العربية السعودية